



**Entreprises Féminines
Durables**

*Women's Enterprise
for Sustainability*

Entrepreneuriat Guide du Formateur

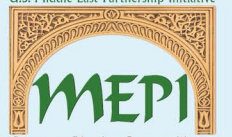
Developpé par

Widad El Hanafi

Ce projet est financé par le Département d'Etat américain, Bureau des Affaires du Proche-Orient, Agence de l'Initiative de partenariat au Moyen-Orient / Middle East Partnership Initiative (MEPI). Le MEPI est un programme unique conçu pour dialoguer directement avec les peuples du Moyen-Orient et l'Afrique du Nord (MENA) et d'investir en eux. Le MEPI œuvre vers la création des partenariats dynamiques avec les citoyens pour favoriser le développement de sociétés pluralistes, participatives et prospères à travers la région MENA. Pour ce faire, le MEPI se met avec les organisations non gouvernementales nationales, régionales et internationales, le secteur privé, les établissements universitaires et les gouvernements. Plus d'informations sur le MEPI peuvent être consultées sur le site suivant: www.mepi.state.gov

INSTITUTE OF
INTERNATIONAL
EDUCATION

U.S.-Middle East Partnership Initiative



TABLES DES MATIERES

INTRODUCTION	4
PRESENTATION DU PROGRAMME WES.....	4
OBJECTIFS DU PROGRAMME.....	4
PREPARATION DES PARTENAIRES WES.....	5
ORIENTATION GENERALE POUR LE FORMATEUR	6
<i>Introduction pour le Formateur:</i>	6
SÉLECTION ET INVITATION.....	8
MODULE 1 : LE LANCEMENT DU PROCESSUS DE LA CREATION	13
POURQUOI CREER SON ENTREPRISE?	13
L'EVALUATION DE VOS COMPETENCES ENTREPRENEURIALES:	16
AVEZ-VOUS UNE IDEE D'ENTREPRISE?	17
<i>Qu'est-ce qu'une idée d'entreprise?</i>	17
<i>Des techniques pour trouver des idées d'entreprise:</i>	17
L'IDEE D'ENTREPRISE: LES QUATRE ELEMENTS DE BASE POUR LE LANCEMENT D'UNE ENTREPRISE.....	18
LES QUATRE ELEMENTS DE BASE POUR LE LANCEMENT D'UNE ENTREPRISE.....	20
RESUME DU MODULE:	21
ÉVALUER VOS COMPETENCES ENTREPRENEURIALES:	22
MODULE 2: PLANIFICATION STRATEGIQUE	26
DEFINIR LA MISSION DE VOTRE ENTREPRISE.....	30
DEFINISSEZ VOTRE ENONCE DE VISION D'ENTREPRISE.....	32
DEFINISSEZ VOS OBJECTIFS SMART:	33
SWOT COMME UNE TECHNIQUE DE PLANIFICATION STRATEGIQUE	37
ETUDE DE MARCHÉ.....	40
QUELQUES OUTILS ET TECHNIQUES POUR MENER DES ETUDES DE MARCHÉ:.....	42
RESUME DU MODULE:	45
MODULE 3: MON BUSINESS PLAN (PLAN D'AFFAIRES)	46
QU'EST-CE QU'UN BUSINESS PLAN?	46
<i>Pourquoi rédiger un Business Plan?</i>	46
LE BUSINESS PLAN EST UN DOCUMENT NECESSAIRE POUR RESUMER LES ASPIRATIONS COMMERCIALES DE L'ENTREPRENEUR, OBTENIR LES AUTORISATIONS LEGALES ET MOBILISER LES RESSOURCES NECESSAIRES POUR LANCER L'ENTREPRISE.....	46
COMPOSANTS DU PLAN D'AFFAIRES.....	47
RESUME DU MODULE:	48
MODULE 4: LES OPERATIONS COMMERCIALES	49
LE BUDGET DE FONCTIONNEMENT:.....	49

GESTION DES COÛTS DES PRODUITS ET DES COÛTS DE FONCTIONNEMENT:	50
LES COÛTS DE PRODUCTION:	51
RESUME DU MODULE:	53
MODULE 5: STRATEGIE DE MARKETING	54
LES 5 P DU MARKETING :	54
CONCURRENCE	57
ANALYSE SWOT DE VOTRE ENTREPRISE:	58
La méthode d'analyse SWOT	58
LA STRATEGIE DE TARIFICATION	60
PREVISIONS DE VENTES	61
STRATEGIE DE MARKETING:.....	64
RESUME DU MODULE:	68
MODULE 6: LA STRATEGIE DE COMMUNICATION	69
STRATEGIE DE COMMUNICATION	69
LES TIC ET LES MEDIAS SOCIAUX AU SERVICE DE VOTRE COMMUNICATION	74
<i>Utiliser les médias sociaux</i>	75
RESUME DU MODULE.....	79
MODULE 7: PLANIFICATION DE LA GESTION FINANCIERE	80
MESURER LE SUCCES:	80
METHODES DE BASE D'ENREGISTREMENT DES DONNEES COMPTABLES.....	82
<i>Comment sauvegarder les enregistrements sur votre livre de caisse?</i>	83
CALCULER LES BENEFICES ET LES PERTES	86
LE FLUX DE TRESORERIE (CASH-FLOW)	88
RESUME DE L'ETAT DES FLUX DE TRESORERIE:.....	90
RESUME DU MODULE:	91
MODULE 8: FINANCER MON ENTREPRISE	92
TYPES DE FINANCEMENT:.....	92
LES AVANTAGES ET LES INCONVENIENTS DES DIFFERENTES SOURCES DE FINANCEMENT:.....	94
LES STRUCTURES DE SOUTIEN EN TUNISIE:	94
LES SOURCES DE FINANCEMENT EN TUNISIE:	96
RESUME DU MODULE:	101
MODULE 9- LA GESTION DES RISQUES D'ENTREPRISE	102
LES RISQUES D'ENTREPRISE: C'EST QUOI?.....	102
PLANIFICATION DE LA GESTION DES RISQUES	103
STRATEGIES ET METHODES DE LA GESTION DES RISQUES :.....	104
RESUME DU MODULE.....	107
MODULE 10- AMELIORER MES COMPETENCES ORGANISATIONNELLES ET DE VENTES.....	108
AMELIORER MES COMPETENCES, MON TRAVAIL ET MON ENTREPRISE:	108

AMELIOREZ VOS COMPETENCES ORGANISATIONNELLES.....	108
AMELIORER MES COMPETENCES EN VENTE	111
VENDRE VIA UN BLOG OU UN SITE WEB:	113
COMMENT MONETISER VOTRE BLOG?	114
INTEGRATION DES DIFFERENTES METHODES DE PAIEMENT EN LIGNE.....	116
STRATEGIE DE CONTENU BLOG	118
RESUME DU MODULE:	119
MODULE 11 – LE CHOIX DU TYPE D'ENTREPRISE ET DE LA FORME JURIDIQUE.....	120
LES ENTREPRISES A DOMICILE	120
LES ETAPES POUR CREER UNE ENTREPRISE A DOMICILE: SOCIETE A RESPONSABILITE LIMITEE OU ENTREPRISE INDIVIDUELLE?	121
CHOISIR UN STATUT JURIDIQUE:	125
TROUVER LE LOCAL IDEAL DE L'ENTREPRISE	127
RESUME DU MODULE:	128
MODULE 12: IMPLEMENTATION DE VOTRE PLAN BUSINESS	129
METTRE VOTRE PLAN BUSINESS A L'ACTION:	129
<i>Organisez votre processus d'implémentation:</i>	130
RESUME DU MODULE:	132
MODULE 13 : LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES.....	133
PLANIFIEZ VOS BESOINS EN PERSONNEL.....	133
ÉLABORER UN ORGANIGRAMME	135
<i>Étapes pour créer un organigramme:</i>	136
CREEZ LES DESCRIPTIONS DE POSTES	137
<i>Les composants d'une description de poste</i>	137
SECURITE SUR LE LIEU DE TRAVAIL	138
METTRE EN PLACE UN SYSTEME DE SUIVI ET D'ÉVALUATION	139
AMELIORER LA COMMUNICATION INTERNE:.....	140
LES METHODES DE LA COMMUNICATION INTERNE D'ENTREPRISE:	141
RESUME DU MODULE:	142
MODULE 14 : RESEAUTAGE PROFESSIONNEL POUR LES FEMMES ENTREPRENEURES	143
COMMENT SE METTRE EN RESEAU?.....	144
CE QUE VOUS DEVEZ EVITER DANS LA MISE EN RESEAU?	144
OU PEUT-ON SE METTRE EN RESEAU?	145
<i>Le modèle du réseau professionnel des Femmes En Technologie (WIT):</i>	147
LES ETAPES POUR CREER UN RESEAU PROFESSIONNEL:	149



Introduction

Présentation du Programme WES

Entreprises Féminines Durables (WES) permet aux organisations locales dirigées par des femmes en Tunisie de créer des centres de formation qui fonctionnent comme des entreprises sociales et offre des cours dans le leadership, l'entrepreneuriat et les médias sociaux. Grâce à ces centres, les femmes entrepreneurs à travers la Tunisie acquièrent de nouvelles compétences et des réseaux, lancent de nouvelles affaires, et se développent en tant que chefs de file novateurs dans leurs communautés.

Le programme WES est financé par l'Initiative de partenariat avec le Moyen-Orient (Middle East Partnership Initiative) (MEPI) du Département d'État américain, avec le soutien de Microsoft, eBay, LinkedIn et Craig Newmark (fondateur de Craigslist.)

Objectifs du programme

- Construire l'esprit d'entreprise et de durabilité chez les organisations Tunisiennes dirigées par des femmes en leur offrant une formation pratique et en présentant un modèle d'entreprise durable. Avec un sens aigu des affaires, de nouveaux programmes de formation, et une source de revenus qui en résulte, les organisations accroîtront leur portée et services, intégreront les médias sociaux dans les stratégies de leur communication, et augmenteront leur durabilité.
- Développer et interconnecter les femmes entrepreneurs- y compris celles qui n'ont pas encore débuté, celles qui viennent de commencer, et les confirmées- avec des compétences en leadership qui stimuleront leur avancement professionnel, économique et personnel.

L'approche WES

- **Renforcer la capacité institutionnelle:** L'innovante Planification pour la Durabilité de l'Entreprise (BPS) est au coeur de ce programme. Elle prépare les partenaires WES à faire fonctionner des centres de formation à l'aide d'un modèle de recouvrement des frais.
- **Former les femmes entrepreneurs individuelles:** Les Centres de formation WES dispensent une formation de haute qualité en leadership novateur, les médias sociaux, et l'entrepreneuriat, en autonomisant les femmes entrepreneurs émergentes et établies à démarrer et faire croître leur business.
- **Fournir l'accès au capital ou à des finances:** Les diplômés de la formation WES sont liés à des organisations de micro-finance pour les ressources pour lancer ou développer des entreprises.



- **Construire des réseaux:** Les Réseaux de l'Entrepreneuriat des Femmes sont établis par les Centres de Formation WES afin d'engager et de connecter les diplômés WES et de créer un forum pour le soutien, l'apprentissage, les alliances stratégiques et les ressources pour les femmes entrepreneurs.

Préparation des partenaires WES

Le programme WES offrira une formation en trois étapes

1. Formation en Plan d'Affaires pour la Durabilité (BPS), en Juin 2012 avec la formatrice Widad El Hanafi.
2. Formation des Formateurs WES en Entrepreneuriat, E-Commerce Et Projets à Domicile, du 15 au 19 Octobre 2012 avec Widad El Hanafi et Rym Baouendi comme formatrices.
3. Formation des Formateurs en Leadership Novateur, Médias Sociaux pour les Femmes Entrepreneuses, et les ONG en Réseaux, avec Beth Kanter et Barbara Fittipaldi comme formatrices, Janvier 2013.

Pour savoir plus sur le programme WES:

- S'inscrire au Blog WES: <http://wesglobal.wordpress.com/>
- Suivre WES sur Twitter: @WESGlobal
- Aimer la page WES sur Facebook:
<http://www.facebook.com/WomensEnterpriseForSustainabilitywes>

Orientation Générale pour le Formateur

Introduction pour le Formateur:

Cette formation s'adresse aux femmes qui souhaitent créer des entreprises. Les outils et les sections de formation sont basés sur les compétences nécessaires pour créer une entreprise viable.

La formation vise à outiller les participantes des compétences commerciales de base pour commencer et maintenir une entreprise, à les aider à gérer les risques commerciaux et à approcher leur entreprise avec confiance et enthousiasme. Les sujets traités comprennent la création d'entreprise, la gestion financière, le marketing de produits et services, le calcul du bénéfice, la planification, le financement et le management.

Un modèle de Plan Business (plan d'affaires) sera également fourni. Un plan business bien rédigé constitue une base solide pour l'entreprise car il est construit. Le plan Business incite les entrepreneurs à examiner, à l'avance, tous les éléments de la gestion d'une entreprise rentable. Il les aidera à suivre les progrès réalisés au cours des premières années. Le plan d'affaires est également essentiel pour obtenir du financement pour leur entreprise.

En parallèle des connaissances théoriques, des exercices et des devoirs sont programmés. Ce la transition vers l'acquisition de compétences en matière d'entrepreneuriat nécessaires à la préparation du plan Business. A la fin de chaque section de formation, les formateurs donneront des devoirs aux participantes. Ces devoirs vise à les aider à appliquer les connaissances acquises sur leur propre entreprise et les guidera dans l'élaboration de leur propre plan business. Toutes les participantes doivent remplir le canevas du plan business proposé.

Les formateurs seront encouragés à laisser le temps au sein de la formation des femmes afin de définir les préoccupations et chercher des solutions saines en tant que participantes ouvrir et de créer des entreprises prospères. Une composante importante de la formation est de fournir l'accès aux ressources locales. Bien que l'essentiel des sections de formation seront des outils d'affaires, ces compétences de base sera complétée en tant que participantes face aux dilemmes auxquels ils sont confrontés et d'identifier les ressources locales.

Les formateurs doivent consacrer un temps de la formation pour permettre aux participantes de procéder elles-mêmes à leur propre études de marché (diagnostique, planification stratégique, recherche de financement et structures institutionnels dédiées à la promotion de l'entrepreneuriat notamment féminin). Cependant, les formateurs sont invités à appuyer et orienter dans leurs recherches.



Les Objectifs pédagogiques :

- Appréhender les principes de base du processus de du lancement, de planification, de mise en place, de mise en œuvre, d'évaluation et de développement d'une entreprise,
- S'initier à l'élaboration d'un Plan Business,
- initiation à la recherche et l'indentification des ressources structures institutionnels dédiées à la promotion de l'entrepreneuriat notamment féminin,

Recrutement des Participantes :

A l'annonce de la formation les candidates intéressées doivent être invitées à postuler pour y participer. L'objectif du processus de recrutement et de souligner le caractère sérieux et engageant de la formation. Bien que la participation à la formation n'exige pas un seuil d'expérience ou de qualifications, un bagage en informatique sera un atout considérable.

Modèle de Formulaire d'Inscription

Formation WES sur l'Entrepreneuriat

Lieu :
DATES :

Nom:	
Adresse:	
Telephone: (Fix/Portable)	
Personne à contacter en cas d'urgence- Nom :	
Personne à contacter en cas d'urgence- Téléphone:	
Etudes et Diplômes	
Etablissement Scolaire	Diplôme
1)	
2)	
3)	
Expérience professionnelle: Emploi, Stage, volontariat,...	
1)	
2)	
3)	
La formation est prévue pour [Spécifiez les dates de formation]. Est-ce que les horaires et les dates de la formation vous conviennent ? Comment allez-vous adapter votre horaire?	



Est-ce que vous avez une idée d'entreprise?
Quelle est la chose la plus difficile que vous ayez eu à faire?
Quelle est la chose que vous faites le mieux?
Quelle est la chose la plus difficile pour vous de faire pour démarrer une entreprise?
Pourquoi pensez-vous que vous allez réussir en affaires?

SÉLECTION ET INVITATION

Environ 15 jours avant la première section de formation, finalisez la liste des participantes. Décidez du nombre des personnes que vous pouvez former en fonction de vos capacités et vos ressources (espace, formateurs, outils pédagogiques...) car en effet Trop de participantes par classe peut être difficile à gérer et ne permettra pas bonne une bonne assimilation des cours dispensés.

Le processus de sélection devrait viser à identifier les personnes qui veulent démarrer une entreprise. Les sections ne doivent pas se limiter aux plus instruits ou les plus doués techniquement, par exemple.

Contactez les participantes admises à la formation par téléphone ou par email.

LOGISTIQUE

Cette Check liste est fournie à titre indicatif. Elle doit être adaptée au contexte local.

Check List

Activité	CHECK	COMMENTAIRE
Un mois avant la section de formation		
Définir les dates et Horaires de la formation		
Promouvoir le programme de formation (dépliants, communiqués de presse ...), définir les frais de formation		
Sélection et évaluation des participantes		
Informers les participantes sur les dates et lieu de la formation		
Préparez le programme de la formation (Agenda)		
Réviser le Manuel du formateur, mettre à jour les outils de formation et préparez vos cours de formation		
Définir le processus d'évaluation		
Fournir une copie du Manuel aux participantes		
Une semaine avant la section de formation		
Confirmer la présence des participantes		
Confirmer Lieu et heure de la formation		
Réviser les outils de formation		
Avant la section de formation		
Rassembler le matériel: Flip Chart, stylos, bloc notes,...		
Notez les sujets sur les flips chart		
Faire des copies des documents supplémentaires		
Rassemblez les outils pédagogiques		
Pendant la formation		
Partagez les objectifs d'apprentissage avec les participantes le 1er jour de la formation		
Demandez aux participantes de noter leurs objectifs et de les garder		
Définir les règles de la formation: présence, la participation, respecter les idées des autres, être à l'heure, les devoirs de retour		
Fournir le Manuel des participantes si ce n'est pas encore fait		

Utiliser des exemples et des cas d'études		
Donner des devoirs à la fin de chaque section		
Encourager les participantes à remplir leur Plan Business pendant la formation		
Encourager les participantes à utiliser les outils financiers proposés		
Outil d'auto évaluation pour évaluer la formation Début, au milieu et à la fin de la section		
Remise des certificats de formation à la fin		
Encourager les participantes à créer leur Réseau Professionnel avant la fin de la formation		
Après la formation		
Suivi avec les participantes par email sur la création de leurs entreprises		
Assister les participantes sur l'organisation de leur Réseau Professionnel WES		
Collecte de données relatives à l'activité des participantes après la formation pour en évaluer l'impact		

Calendrier de la formation:

Préparer un calendrier de formation selon la disponibilité du centre de formation et des participantes. Le calendrier de formation devrait également être discuté et mis en œuvre selon les directives de l'équipe WES en Tunisie.

Le programme de formation est conçu pour être dupliqué entre sur une période allant de 8 à 10 jours. Chaque jour est de six à huit heures. Les formateurs doivent préparer le programme de formation comportant des pauses. Le calendrier doit être adapté selon les besoins locaux.

Voici quelques propositions :

- 1 - Tous les lundis pendant 8 semaines,
- 2 - Quatre jours par semaine pendant 2 semaines,
- 3-2 jours par semaine pendant 4 semaines.
- 4- 4 fois par semaine (2h par section) pendant 8 semaines,
- 5- ou autres répartition.

Modèle du programme de la Formation

Ce Modèle est fourni à titre indicatif et doit être complété et adapté au contexte local.

Section de Formation	
Jour 1	Le lancement du Processus de la création
Matin	<ul style="list-style-type: none"> • Pourquoi créer une entreprise? • L'évaluation des compétences Entrepreneuriales, • Les 4 éléments de base pour le lancement du processus de la création d'entreprise, • La planification Stratégique (1) <ul style="list-style-type: none"> - La mission et vision - Les Objectifs SMART
Pause	
	Le lancement du Processus de la création
Après-midi	<ul style="list-style-type: none"> • La planification Stratégique (2) <ul style="list-style-type: none"> - L'Analyse SWOT - L'étude de Marché
Jour 2	Créer mon Entreprise: Le Plan Business
Morning	<ul style="list-style-type: none"> • Définir un Plan Business • Les composantes du Modèles de Plan Business WES
Pause	
	Créer mon Entreprise: les Opérations Commerciales
Après-midi	<ul style="list-style-type: none"> • Le budget de fonctionnement • Gestion des couts des produits et des couts de fonctionnement • Les couts de productions
Jour 3	Créer mon Entreprise: Commercialiser mon Produit ou Service
Matin	<ul style="list-style-type: none"> • Les 5 P de Marketing • La concurrence
Pause	
	Créer mon Entreprise: Commercialiser mon Produit ou Service (2)
Après-midi	<ul style="list-style-type: none"> • L'Analyse SWOT de mon projet • La stratégie de tarification • Prévisions de ventes
Jour 4	Créer mon Entreprise: la Stratégie de Communication
Matin	<ul style="list-style-type: none"> • Le Logo • Les 3 niveaux de La stratégie de communication
Pause	
	Créer mon Entreprise: la Stratégie de Communication (2)
Après-midi	<ul style="list-style-type: none"> • Les TIC et les medias sociaux aux services de notre Communication
Jour 5	Créer mon Entreprise: la gestion financière
	<ul style="list-style-type: none"> • Mesurer le succès • Le livre de caisse • Calculer les benefices et les pertes <ul style="list-style-type: none"> - Calcul via un modèle de compte basique - Calcul via l'Outil de suivi

Modèle OUTIL D'AUTO-ÉVALUATION

(F= Faible, M= Moyen, E= Elevé)

Ce Modèle est fourni à titre indicatif et doit être complété et adapté selon l'objectif de l'évaluation.

Nom	Date			Date			Date		
	Niveau			Niveau			Niveau		
	F	M	E	F	M	E	F	M	E
Le lancement du Processus de la création									
Definir une idée d'entreprise									
Comprendre le processus de lancement									
La Planification Stratégique									
Definir une mission et une vision									
Definir les Objectifs SMART									
L'analyse SWOT (technique)									
L'études de Marché									
Le Plan Business									
Les composantes du Plan Business									
Elaborer un plan business									
Les Opération Commerciales									
Le budget de fonctionnement									
Gestion des couts des produits et des couts de fonctinnement									
Les couts de production									
Marketing									
Les 5 P									
La concurrence									
L'Analyse SWOT (mon projet)									
La stratégie de tarification									
La Stratégie de Communication									
Les 3 niveaux de la strategies de comm									
La gestion financière									
Mesurer le succès									
Le livre de caisse									
Calculer les bénéfices et les pertes (outil basique)									
Calculer les bénéfices et les pertes (outil avancé)									

Module 1 : Le lancement du Processus de la création

Pourquoi créer son entreprise?

Répondre à cette question suffisamment tôt est très important afin de déterminer ce qui vous motive et vous pousse à démarrer une entreprise. Votre réponse va également vous aider à définir votre vision en tant qu'entrepreneur.

«Créer une entreprise comme une alternative au chômage »

Certaines personnes décident de lancer une entreprise comme une alternative. Cela est peut-être dû au taux élevé de chômage dans leur région et à leur incapacité à trouver un emploi qui correspond à leurs qualifications académiques et professionnelles. Pour franchir cette étape et prendre votre décision d'opter pour un projet d'entreprise, il est très important de comprendre et d'analyser votre marché du travail.

«Créer une entreprise pour travailler à mon compte plutôt que pour les autres »

Beaucoup de personnes admettent que l'argent qu'ils perçoivent en travaillant pour d'autres personnes ou pour des institutions ne vaut pas les efforts qu'ils fournissent. Ainsi, ils choisissent l'alternative de créer leur propre entreprise et de gagner la même somme d'argent ou plus en faisant les mêmes efforts.

«Créer une entreprise offre une opportunité d'apprentissage continue »

La création et la gestion d'une entreprise offre l'opportunité d'apprendre et de continuer à apprendre de nouvelles compétences, comme les finances, la gestion, les techniques de vente et de communication.

Dans ce module, les participantes vont pouvoir répondre aux questions liées à leurs motivations pour créer une entreprise. Répondre à ces questions est essentiel pour les futurs et les nouveaux entrepreneurs. Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse à cette question, et les réponses seront différentes en fonction des objectifs de chaque participante.

Les concepts présentés dans ce module sont les suivants:

- Les raisons pour démarrer une entreprise
- Les avantages qu'une entreprise peut apporter à la vie des participantes et à leurs communautés
- L'évaluation des compétences entrepreneuriales
- L'idée d'entreprise
- Les 4 éléments de base pour le lancement du processus de création d'entreprise.

Organisation de la section (60 min)

Dans cette section, vous allez expliquer les raisons, les motivations et les défis liés à la création d'une entreprise. Vous pouvez démarrer cette section en demandant un feedback à chaque participant. Les réponses peuvent être notées sur un tableau. Les réponses comprennent: la réussite, les revenus, la création d'emploi, ... Notez toutes les réponses et garder les pour plus tard.

"Pourquoi créer une entreprise?"

Ensuite, présentez quelques raisons courantes des gens qui optent pour la création d'entreprise.

Créer une entreprise vous permet aussi de redonner à votre communauté. Les entrepreneurs peuvent aider à résoudre certains problèmes communautaires ou à combler une lacune en améliorant la qualité de vie dans leurs collectivités. Ce sera l'occasion d'offrir un environnement plus fertile pour les générations futures et favorable à la prospérité des entreprises et de l'industrie. Tout cela finira par améliorer l'accès à un plus large éventail de possibilités d'éducation et de formation dans les communautés éloignées.

Histoire 1:

Amina est diplômée universitaire. Elle espère trouver un emploi dans son domaine d'études. Après plus d'un an, elle n'a pas pu obtenir une seule proposition d'emploi en dépit de ses efforts de recherche continus. Elle a décidé d'effectuer une formation professionnelle dans l'entrepreneuriat dispensée par l'Agence nationale de l'emploi dans sa région. A la fin du programme de formation, elle a décidé avec trois de ses camarades de classe de lancer une petite entreprise de fabrication de pain et de pâtisserie.

Grâce à leurs savoir-faire artisanal, les quatre femmes ont été en mesure de fournir un produit de bonne qualité et de gagner un revenu mensuel modeste, et pourtant, Amina a estimé que ce genre d'affaires était dévalorisant par rapport à ses qualifications académiques.

Six mois plus tard, après le lancement de leur entreprise, Amina a reçue une offre d'emploi dans une institution nationale. Cette offre s'adaptait à son ambition en tant que diplômé universitaire, par conséquent, elle a pris la décision de quitter l'entreprise et d'accepter l'offre, chose qu'elle trouvait plus décente pour elle. Un mois plus tard, Amina a réalisé que l'entreprise lui offrait une plus grande autonomie, une expérience, une opportunité d'apprentissage continu et d'autres avantages et plus ou moins un meilleur revenu. Elle a démissionné de son poste et regagné son équipe et son commerce.

Histoire 1: Demandez à une des participantes de lire l'histoire et lancez une discussion sur ce qu'elles ont appris et si elles partagent le même problème que Amina.

Histoire 2 et 3: Demandez à deux participantes de lire chaque histoire et ouvrez un débat sur les leçons tirés des deux histoires.

Exercice 1: Discussion sur le marché du travail. Demandez aux participantes ce qu'elles savent sur le marché de l'emploi et si elles connaissent des exemples de femmes entrepreneurs dans leurs régions respectives.

Exercice 2: Brainstorming sur les défis

Dans une discussion de groupe ouverte, demandez aux participantes de réfléchir aux défis qu'elles peuvent rencontrer lors du démarrage d'une entreprise. Vous pouvez prendre des notes sur un flip chart pendant que les participantes fournissent leurs réponses.

Histoire 2: Une jeune femme entrepreneur en Algérie a lancé un petit centre d'appels avec une équipe de 10 personnes au début. Elle explique qu'elle a suivi une formation pour bien mener les activités du centre d'appel. Plus tard, elle a dupliqué elle-même la même formation au profit de son équipe. C'était le premier centre d'appel dans sa région et elle fut très vite en mesure de croître son équipe à 30 personnes et maintenant elle compte 700 employés, ce qui signifie que son entreprise soutient 700 familles.

Histoire 3: Une autre femme entrepreneur au Maroc explique qu'elle a commencé son activité de pâtisserie marocaine dans sa propre maison avec une équipe de 5 femmes. Maintenant, son entreprise emploie plus de 200 hommes et femmes.

«La création d'entreprise est l'occasion de réaliser des profits, de créer des emplois pour les autres et de servir notre communauté»

Créer une entreprise permet non seulement de vous soutenir vous-même et votre famille, mais les autres aussi, parce que vous créez des emplois directs ou indirects grâce à votre entreprise.

Peu importe vos raisons, vous devez être conscient que la création d'entreprise est à la fois gratifiante et exigeante.

Parmi les défis de lancement d'une entreprise on compte:

- Le démarrage d'une entreprise nécessite beaucoup de travail acharné et de détermination. Certains entrepreneurs disent qu'ils travaillent jusqu'à 14 heures par jour, ce qui fait qu'il est difficile de concilier la vie personnelle et professionnelle,
- l'insuffisance de financement et le manque de soutien,
- Les procédures administratives peuvent être longues et compliquées,
- La gestion des tâches que vous ne maîtrisez pas nécessairement comme la comptabilité, les impôts, les ventes, et autres.

Ce ne sont ici que quelques défis, cependant cela ne veut pas dire que nous devons abandonner notre affaire si nous rencontrons des difficultés; Toutefois, il serait très dangereux pour tout futur entrepreneur de ne pas considérer et explorer les défis potentiels.

Pour aider les participantes à en apprendre davantage sur les sources d'aide qu'elles peuvent obtenir pour démarrer leur entreprise, les formateurs doivent préparer une liste et décrire les programmes nationaux qui encouragent l'esprit d'entreprise des femmes dans la région;

Les formateurs peuvent également étudier la possibilité d'un partenariat entre le centre de formation WES et un programme national visant à fournir une assistance technique ou financière aux futures entrepreneurs.

Partagez la liste avec les participantes et expliquez la façon dont ils peuvent bénéficier des services de ces institutions.

Exemple:

Au Maroc, certains programmes nationaux tels que «Moukawalati» (mon entreprise) ont été lancés pour encourager les jeunes diplômés à lancer des petites entreprises comme une alternative au chômage. Le programme Moukawalati, créé en Septembre 2006, est conçu pour aider à la mise en place des petites entreprises et d'assurer leurs survies.

Avantages du programme:

- accompagnement pré et post création des petites entreprises;
- La garantie du crédit par l'Etat à hauteur de 85%. Cette garantie est déléguée aux banques.;
- Octroi d'une avance sans intérêt représentant 10% de l'investissement et dans la limite de 15.000 DH (environ €1325) remboursable sur 6 ans dont (3) de grâce, et dont une partie (jusqu'à 10 000 DHS, autour de €885) peut être libérée dès que le projet est accepté par la banque.

L'évaluation de vos compétences entrepreneuriales:

Beaucoup de personnes rêvent de lancer leur propre entreprise. Cependant peu de gens ont développés les compétences et les qualifications nécessaires pour lancer un projet d'entreprise. Les entrepreneurs qui réussissent ont tendance à partager les qualités suivantes:

- **Discipline:** un entrepreneur a la capacité de développer une méthode de travail, de maîtriser ses heures de travail, de respecter les délais, et d'éviter les distractions;
- **Passion:** En tant qu'entrepreneur, vous devez avoir la passion. Votre passion peut inspirer vos clients et votre équipe ;
- **Vision:** Un bon entrepreneur est en mesure de définir une vision claire et convaincante et d'inspirer les autres à s'engager dans cette vision;
- **Décideur:** La capacité de prendre des décisions est une compétence essentielle que les entrepreneurs doivent posséder pour réussir. Il faut être décisif et apprendre de ses erreurs, plutôt que de les craindre au point d'éviter les décisions ;
- **La confiance en soi:** En tant qu'entrepreneur, vous devez croire en vous et avoir le courage de prendre des risques. Parfois, vous pouvez échouer, mais les entrepreneurs apprennent de leurs erreurs et essayent à nouveau ;
- **Leadership et initiative:** un entrepreneur aime inspirer les autres et prendre des initiatives;
- **Engagé et travailleur:** Un bon entrepreneur est une personne engagée qui travaille dur et intelligemment pour garantir la réussite de son entreprise;

Organisation de cette section : (45 minutes)

Dans cette section, les participantes vont pouvoir explorer les compétences entrepreneuriales communes et évaluer leurs propres compétences. L'exercice qui suit n'a pas pour but de juger les participantes, mais plutôt de les aider à évaluer leur personnalité et de découvrir leur potentiel pour apprendre davantage sur elles-mêmes.

Exercice 3: Évaluation de vos compétences entrepreneuriales

Demandez aux participantes de répondre au quiz des compétences entrepreneuriales. Les participantes peuvent répondre à ce questionnaire en ligne ou sur une copie imprimée. Choisissez la meilleure méthode pour vous et pour vos participantes.

Pour aider les participantes à évaluer leurs compétences entrepreneuriales, vous pouvez préparer les questionnaires de personnalité sur le site www.propofs.com. C'est un outil gratuit. Commencez à préparer votre liste de questions basées sur les informations académiques et professionnelles de vos participantes. Vous devez également définir 2 à 3 types de résultats pour évaluer les niveaux des participantes. Vous pouvez également utiliser un outil similaire et préparer un questionnaire pour évaluer vos programmes de formation WES pendant et à la fin de chaque atelier.

Étapes pour créer un questionnaire en ligne:

- **Inscrivez-vous** sur <http://www.propofs.com> pour créer un compte gratuit. Vous pouvez vous inscrire soit en utilisant votre compte Facebook ou Twitter, ou en remplissant un formulaire avec votre nom, mot de passe et adresse e-mail.
- **Créez un quiz** en sélectionnant l'option "Créer un quiz". Ensuite, choisissez l'option questionnaire de personnalité.
 - Tapez le titre et la description du questionnaire
 - Entrez le résultat: Par exemple, si votre test est intitulé «Êtes-vous un bon entrepreneur" vos résultats peuvent être «vous avez un profil d'un excellent entrepreneur» ou «Vous devez améliorer vos compétences entrepreneuriales", etc ...
 - Enfin, tapez les questions du test et les réponses possibles et comment celles-ci affectent les résultats de la participante.

- **L'humilité:** l'humilité est un grand atout pour tous les entrepreneurs. Vos clients ne s'attendent pas à ce que vous soyez parfait, mais si vous les traitez avec arrogance, ils ne reviendront pas vers vous;
- **L'établissement d'objectifs, la planification et l'organisation:** pour être un bon entrepreneur, vous devez définir vos objectifs et planifier de façon à les atteindre.

Ce sont des compétences et des qualités qui aident les entrepreneurs à réussir dans leurs business. Vous pouvez réussir sans quelques-unes de ces compétences ; cependant, il serait préférable pour vous de connaître les zones que vous avez besoin de renforcer et d'essayer de développer vos compétences dans ces domaines. Votre entreprise aura de meilleures chances si vous travaillez dur sur le renforcement et l'amélioration de vos compétences entrepreneuriales.

Avez-vous une idée d'entreprise?

Qu'est-ce qu'une idée d'entreprise?

Une idée d'entreprise est un produit ou un service qui peut être vendu pour de l'argent. C'est un concept qui peut être utilisé à des fins commerciales. Une idée d'entreprise prometteuse doit:

- Satisfaire ou créer un besoin,
- Être novatrice et unique,
- Être claire et concise, et
- Être rentable à long terme.

Des techniques pour trouver des idées d'entreprise:

- **L'étude de marché:** faites une liste des idées d'entreprise en fonction de la demande dans le marché local et faites les correspondre avec vos compétences et vos intérêts;
- **Écoutez ce que les gens veulent ou demandent,** et trouver un moyen d'y répondre!
- Examinez vos **compétences** pour trouver des idées d'entreprise;

Organisation de cette section: (30 min)

Pendant cette section, les participantes élaboreront leurs idées d'entreprise individuellement mais elles vont les présenter en groupes.

Exercice 4: définir votre idée d'entreprise

Divisez les participantes en groupes de 4. Les participantes doivent réfléchir et définir un projet d'entreprise. Chaque groupe présentera son projet d'entreprise sur un flip chart et le conservera pour plus tard. Pendant les présentations, les participantes doivent expliquer pourquoi elles ont choisi cette idée plus particulièrement et quelles techniques elles ont utilisées?

Activité :

- Demandez aux participantes de lever la main s'ils savent ce qu'est une idée d'entreprise et si elles en ont une. Demandez à 3 ou 4 participantes de partager leur définition de l'idée d'entreprise avec la classe.

Activité :

- Demandez aux participantes de partager leur idée d'entreprise avec leurs collègues et d'obtenir des feedbacks de moins 3 personnes, y compris la famille, les amis et les voisins.

- **Enquêter sur les sujets «chauds» sur Google Trends:** Google Trends contient une liste montrant les recherches les plus « chaudes » (les recherches les plus fréquentes, les plus créatives et les plus importantes) du moment. Assurez-vous d'utiliser cet outil pour trouver des idées.
- **Faites du Brainstorming:** écrivez une liste d'idées d'entreprise potentiels. Puis, sélectionnez et développez celles qui sont les plus faisables et qui ont le plus de potentiel.

L'idée d'entreprise: Les quatre éléments de base pour le lancement d'une entreprise

Tout le monde rêve que son entreprise soit couronnée de succès. Pour être réaliste, vous devez examiner les quatre éléments de base pour une bonne affaire:

- 1) Une idée et un marché
- 2) Connaissance et expérience
- 3) Ressources
- 4) La motivation et le travail dur

Lorsque nous parlons de **CONNAISSANCES** dans les affaires, nous parlons de plusieurs compétences. C'est souvent un savoir pratique dont vous avez besoin. Savez-vous comment faire un produit de qualité à vendre sur le marché?

Vous avez également besoin de compétences en gestion d'entreprise. Savez-vous comment tenir la comptabilité de votre affaire afin de savoir si votre entreprise a réalisé un profit ou une perte?

Connaitre votre **marché** va être d'une aide très utile pour vous. Qui veut votre produit ou service? Comment allez-vous informer les gens de l'existence de votre entreprise? Qui va acheter votre produit et comment allez-vous mettre vos produits sur le marché?

Organisation de cette section: (30 minutes)

Cette section se penchera sur les éléments de base pour le lancement d'une entreprise qui sont tous résumés dans le graphique à la fin de la section.

Histoire 4:

Demandez à une participante de lire l'histoire et demandez ce que l'on pense manque à Samira? La réponse devrait être la **connaissance**.

D'autres exemples:

Vous pouvez donner un ou deux exemples de plus et en dire davantage sur les éléments de base pour le lancement d'une entreprise, si les participantes ont besoin de plus d'exemples.

- Exemple 1 : Une femme a voulu commencer une entreprise de vente de logiciels de contrôle de qualité. Son idée d'entreprise n'a pas été retenue parce qu'elle n'as pas tenu compte du fait qu'elle était dans une ville où il n'ya pas d'entreprises manufacturières. Ainsi, il n'y avait pas de marché. Elle n'était pas en mesure d'avoir des clients.
- Exemple 2 : Un groupe de dames voulait ouvrir un salon de coiffure. Elles ont pensé à tout ce dont elles auraient besoin, y compris quatre séchoirs à cheveux électriques et un centre de divertissement, ensuite elles ont écrit une proposition de subvention à un investisseur important et elles ont attendu leur capital de démarrage, « leurs ressources ».

Exercice 6:

Demandez aux participantes de se joindre à leurs groupes pour tester leurs idées d'entreprise par rapport aux éléments de base pour le lancement d'une entreprise. Aidez-les à décrire l'opportunité d'affaires qu'elles voient et leur idée d'entreprise en termes généraux. Conseillez aux participantes d'examiner leurs idées d'affaires au cas où elles ne rentrent pas dans le cadre du démarrage. Un aspect important de la planification d'entreprise est de tout revoir et réajuster.

Lorsque nous parlons de **travail dur**, nous ne parlons pas de travailler dur pour une seule journée, nous parlons de tous les jours. Nous parlons aussi de travailler intelligemment - ce qui signifie investir votre temps à faire des choses qui sont les plus importantes afin d'être efficace et d'atteindre les résultats souhaités. Lorsque vous êtes en affaires, faire de l'argent ou non dépend de vous. Êtes-vous là pour gérer votre entreprise tous les jours? Pouvez-vous compter sur vous-mêmes? Est-ce que vous vendez un bien, ou un produit de qualité?

Combien **d'argent** vous faut-il pour démarrer votre entreprise? L'argent que nous utilisons pour démarrer notre entreprise est appelé notre *capitale*. Souvent ça nécessite beaucoup moins d'argent que prévu. Une dame a commencé son activité avec un vélo. Elle a commencé un service de livraison de documents des centres de copies aux entreprises. Elle a réalisé un bénéfice très correct et plus tard elle a élargi son entreprise. Toutefois il ya beaucoup de personnes qui ne font que «parler» de l'entreprise qu'elles veulent lancer.

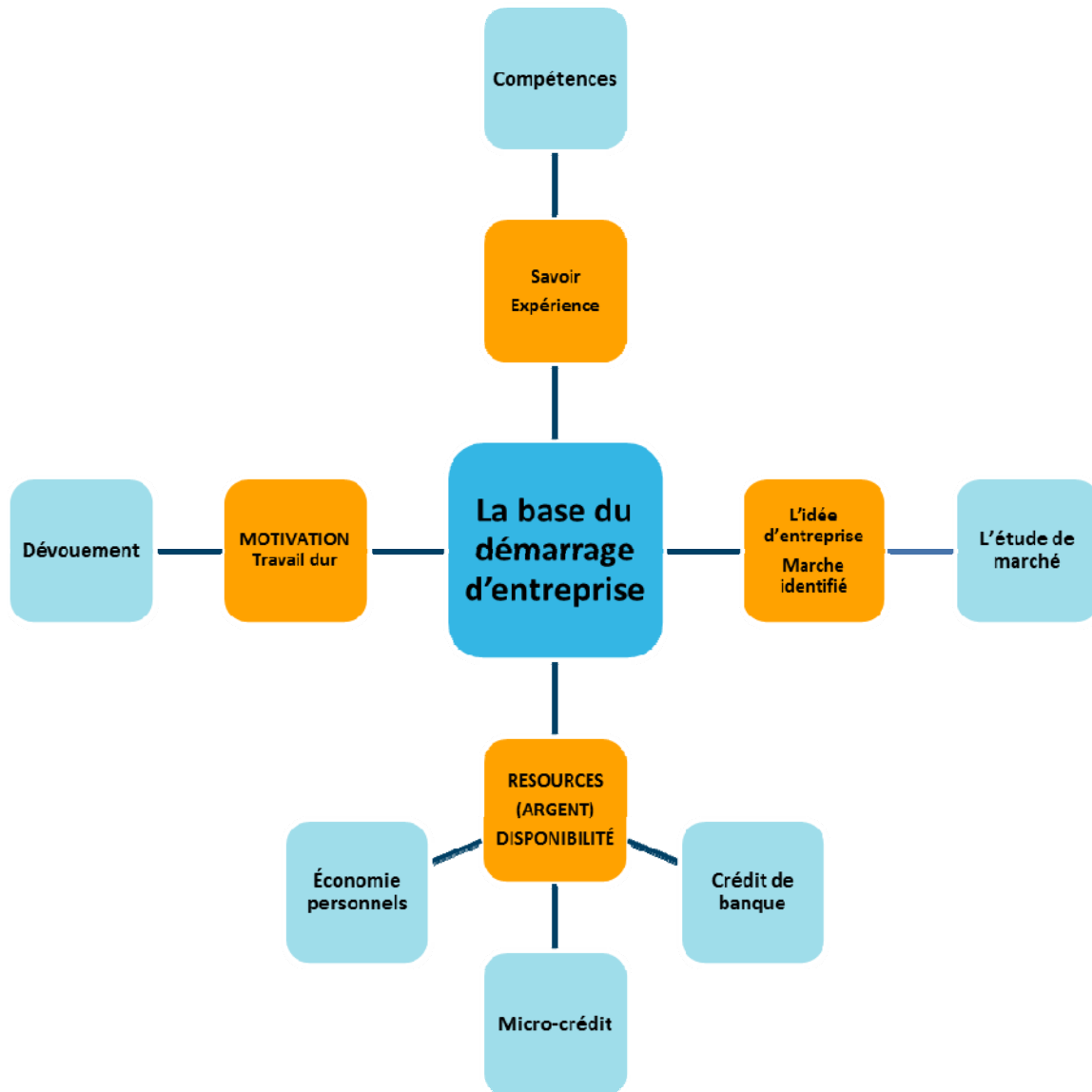
Nous devons penser à ces choses avant que nous commençons. Avec ces quatre éléments, votre entreprise aura un bon départ. Sans chacun de ces quatre, votre entreprise ne sera pas bâtie sur une base solide.

Histoire 4:

Samira est une jeune femme qui vivait loin de la ville. Il y avait une école dans son village. Une forte sécheresse a rendu la récolte de la famille très médiocre. Elle a réfléchi et décidé qu'elle pouvait faire plus d'argent en tricotant des uniformes scolaires. À l'époque, ces uniformes ne pouvaient être achetés qu'en ville, et vu le coût de transport, les uniformes étaient chers. Si Samira les commercialise dans le village, ils seraient moins chers, et tout le monde en achètera. Ainsi, elle a vendu une vache, et elle a acheté une machine à coudre, du tissu et du fil, et elle a payé quelqu'un pour les livrer à son domicile. C'est seulement quand tout était livré qu'elle a réalisé qu'elle ne savait pas comment utiliser la machine, ou comment tricoter un uniforme! Pendant deux ans, la machine et le matériau était posé dans la salle. Pas un seul uniforme n'a été fait.

Quel est l'élément qui manque à Samira?

Les quatre éléments de base pour le lancement d'une entreprise



Résumé du module:

Grâce à ce module, nous avons répondu à quelques questions et nous avons pu couvrir les aspects fondamentaux liés à la phase de démarrage de la création d'entreprise, y compris:

- 1 – La création d'entreprise,
- 2 - L'évaluation de vos compétences entrepreneuriales,
- 3 - Définition de votre idée d'entreprise, et
- 4 -. Les quatre éléments de base pour le lancement d'une entreprise

Évaluer vos compétences entrepreneuriales:

Description:

Lisez les questions (formulés sous forme de thèmes qui constituent les principales chez un futur entrepreneur) et choisissez l'une des réponses proposées. Répondez en cochant la réponse qui reflète le plus adéquatement votre personnalité. Ne choisissez pas celles que vous voudriez qu'elle soit. Essayez d'être honnête avec vous-même afin d'obtenir une évaluation fiable.

Les participantes doivent être conscientes que la prise de cette évaluation ne reflète pas leurs degrés d'intelligence et les réponses ne seront pas précises à 100%. Cette évaluation est conçue pour les aider à identifier leurs propres compétences qui peuvent être utiles pour lancer une entreprise.

Numéro	Question/thème	Réponse	Résultat
1	êtes-vous intéressé à démarrer votre entreprise?	<ul style="list-style-type: none"> • Pas intéressé (-10) • Assez intéressé (-5) • Intéressé (+5) • Très intéressé (+10) 	
2	Travailler à son compte ou pour quelqu'un d'autre	<ul style="list-style-type: none"> • Je préfère être indépendants (+10) • Je préfère travailler pour quelqu'un d'autre (-5) • Je n'ai pas de préférence; les deux solutions sont acceptables pour moi. (+5) 	
3	volume de travail	<ul style="list-style-type: none"> • Je suis prêt à travailler dur, mais pas à n'importe quel prix. (-5) • Je suis prêt à travailler dur, mais j'espère que ce ne sera pas trop difficile (+5) • Je suis prêt à faire ce qu'il faut, y compris faire des sacrifices personnels. (+10) 	
4	Responsabilité	<ul style="list-style-type: none"> • Je voudrais assumer l'entière responsabilité de mon entreprise. (+10) • J'assume la responsabilité de mon entreprise, mais je peux blâmer les autres sur les échecs de mon entreprise. (-10) • Je préfère partager mes responsabilités avec les autres. (+5) 	
5	Risques	<ul style="list-style-type: none"> • Je prends toujours des risques calculés. (+10) • Je n'aime pas prendre de risques. (-5) • Pour moi, prendre des risques, c'est comme jouer à la loterie. (-10) 	

6	Passion	<ul style="list-style-type: none"> • Je suis très passionné par ce que je compte faire. C'est plus un travail c'est une vraie passion. (+10) • Je travaillerai normalement mais correctement et avec sérieux. (+5) • ce qui m'intéresse c'est la création de mon propre entreprise mais je ne suis pas très passionné par le domaine dans lequel je compte investir. (-10) 	
7	Ambition	<ul style="list-style-type: none"> • Je ne me considère pas plus ambitieux que les autres. (-5) • J'ai de grandes ambitions pour créer et ajouter de la valeur à ma communauté. (+10) • Être trop ambitieux est souvent mal vu (-10) 	
8	confiance en soit	<ul style="list-style-type: none"> • Lorsque je commence un projet, je ne suis pas toujours convaincu de mes capacités pour y parvenir. (-5) • Lorsque j'entreprends un projet, je suis toujours confiant de réussir. (+10) • Je suis toujours sceptique quant à mes capacités. (-10) 	
9	Motivation	<ul style="list-style-type: none"> • D'habitude, je manque d'énergie et je ne ressens aucune motivation, surtout quand j'ai beaucoup de tâches à accomplir. (-10) • Je suis toujours motivé pour travailler et j'ai un très haut niveau d'énergie que je peux maintenir sur une longue période. (+10) • Je peux être motivé pour travailler de temps en temps, mais je ne peux pas avoir l'énergie nécessaire tout le temps. (-5) 	
10	Discipline	<ul style="list-style-type: none"> • Je peux habituellement être organisé, à moins que les tâches deviennent trop compliquées. (+5) • Je fais des tâches au hasard et j'ai tendance à mettre les tâches difficiles pour plus tard. (-10) • Je suis toujours organisée. Je fixe régulièrement des objectifs, je crée un plan pour les atteindre, et puis j'exécute ce plan. (+10) 	
11	Leadership	<ul style="list-style-type: none"> • J'ai du mal à motiver et à inspirer les autres, mais je suis prêt à m'améliorer. (+5) • J'aime avoir le contrôle des choses et inspirer les autres pour réussir. Je peux inspirer la plupart des gens à s'engager avec ma vision de l'avenir. (+10) • Je n'aime pas influencer les autres. J'ai l'habitude de laisser les autres prendre les devants. (-5) 	

12	Décision	<ul style="list-style-type: none"> • J'ai besoin de beaucoup de temps pour prendre de bonnes décisions. Sinon, j'ai tendance à les regretter. (+5) • Je suis persuadé que je peux prendre de bonnes décisions rapidement en fonction d'informations pertinentes et en pesant les conséquences potentielles. (+10) • Je n'aime pas prendre de décision. Je préfère jeter la responsabilité sur les autres. (-5) 	
13	Humilité	<ul style="list-style-type: none"> • Parfois, vous devez agir avec arrogance avec les autres pour les impressionner. (-10) • Je traite toujours tout le monde avec humilité. (+10) • Je suis modeste avec les gens que je connais. (+5) 	
14	Communication et négociation	<ul style="list-style-type: none"> • J'ai des compétences de communication assez bonnes, mais, si possible, je préfère laisser quelqu'un de plus qualifié gérer les négociations. (+5) • Je ne suis pas capable de communiquer et de négocier correctement avec les autres. (-10) • J'ai de bonnes qualités relationnelles et de négociation. Je peux persuader les autres de mes choix. (+10) 	
14	Connaissance	<ul style="list-style-type: none"> • J'ai une bonne connaissance de la façon de gérer une entreprise. (+10) • Je n'ai que des notions de base sur la gestion des entreprises (+5) • Je n'ai pas de connaissances sur la gestion d'entreprise (-5) 	
15	Réseau relationnel	<ul style="list-style-type: none"> • J'ai un bon réseau d'amis et de professionnels que je suis prêt à développer. (+10) • Je n'ai pas un bon réseau professionnel ou social. Je ne pense pas qu'il soit utile. (-5) • J'ai un petit réseau professionnel et de relations professionnelles. Je ne sais pas comment le développer. (+5) 	
Total			

Type de résultat 1: Note (100-150)

Vous avez la capacité d'être un entrepreneur exceptionnelle.

Vous disposez d'un score parfait. Vous êtes un entrepreneur inné. Si vous ne gérez pas actuellement votre propre entreprise, vous devriez certainement envisager d'en commencer une - le plus tôt sera le mieux.

Type de résultat 2: Note (50-100)

Vous avez une capacité acceptable pour être un entrepreneur.

Vous avez les qualités d'un bon entrepreneur avec quelques points faibles. Vous devriez être en mesure de couvrir ces lacunes soit par vous-même soit en embauchant quelqu'un ayant les compétences nécessaires.

Type de résultat 3: Note (10-50)

Vous avez probablement besoin de plus de préparation avant d'envisager l'entrepreneuriat.

Vous pouvez manquer de certaines compétences que les entrepreneurs les plus réussis ont en commun. N'abandonnez pas votre rêve de devenir votre propre patron, mais plutôt concentrez-vous sur l'amélioration de vos faiblesses.

Module 2: Planification stratégique

Importance de la planification

En élaborant une stratégie qu'ils mettent noir sur blanc, les entrepreneurs concrétisent leurs idées. Soit avec une vision de base ou avec une perspective plus avancée, la planification d'une entreprise augmente la probabilité du succès de l'entrepreneur. Par conséquent, avant de commencer votre activité, vous devez faire un plan. Il y a des questions fondamentales à répondre avant de commencer.

Dans ce module, les participantes apprendront l'importance de la planification pour le développement de leurs entreprises et les mesures pour mener une planification stratégique efficace.

Les objectifs d'apprentissage sont:

- Définir la mission et de la vision,
- Définir les objectifs SMART de l'entreprise,
- Se familiariser avec le SWOT comme un outil pour la planification stratégique
- Mener l'étude du marché

- **Qu'est-ce que** vous voulez faire ou vendre?
- **Qui** va acheter votre produit ou service?
- **Combien** cela vous coûtera pour produire votre produit?
- Quel **prix** va payer le client?
- **Où** allez-vous vendre votre produit ou service?
- Comment allez-vous informer les gens de l'existence de votre entreprise afin de les amener à acheter votre **produit**?
- Pensez-vous que vous avez réalisé votre planification de façon adéquate ?
- Qu'est-ce que vous avez besoin d'examiner davantage?

Le type d'informations recueillies au cours du processus de planification peut vous aider à prévoir les risques potentiels et à élaborer des stratégies pour les prévenir.

Organisation de la section (60 min)

Durant cette section, vous allez expliquer aux participantes les concepts de base pour bien mener leur planification initiale.

Histoire 1:

Demandez à une participante de lire l'histoire et ensuite menez une discussion pour avoir un feedback sur: Comment Aïcha a-t-elle planifié son entreprise? Quelles sont les étapes et les techniques qu'elle a adoptées?

Histoire 2:

Deux participantes doivent faire un jeu de rôle, une comme étant l'intervieweur, l'autre comme l'entrepreneur. Comment la femme dans cette histoire a-t-elle planifié ses affaires? Que pouvons-nous apprendre de son expérience?

Quand vous aurez terminé la discussion sur les deux histoires, partagez avec les participantes les questions fondamentales auxquelles ils doivent répondre avant d'entamer leurs entreprises. Expliquez la façon dont la planification d'une entreprise augmente la chance de réussite de l'entrepreneur.

Exercice: répondez aux questions de base de la planification

Demandez aux participantes de rejoindre leurs groupes de quatre. Chaque groupe devrait revenir à son idée du projet et aux questions de base de la planification. Chaque groupe doit nommer un membre pour présenter les réponses sur un flip chart. Demandez aux participantes de garder leurs réponses pour plus tard.

Les participantes devront retourner à leurs réponses et faire les modifications nécessaires à mesure qu'elles progressent dans leur planification stratégique et de fonctionnement.

Histoire 1:

Il y avait une dame qui vivait dans un village. Aïcha possédait une machine à coudre. Elle a pensé à commencer une entreprise de couture, mais elle n'était pas sûre de ce qu'elle voulait faire. Alors elle est allée en ville pour visiter tous les magasins, voir ce qu'ils vendaient, et pour combien. Elle a déterminé que tout le monde a besoin d'uniformes scolaires à un moment donné. Elle les regarda attentivement, et elle se dit qu'elle serait en mesure de fabriquer des uniformes de la même qualité, et peut-être pour un prix légèrement inférieur à ceux disponibles dans la ville.

Parce qu'elle venait juste de commencer son entreprise, elle a décidé qu'il serait mieux de travailler à la maison. Alors, elle n'aura pas à payer le loyer. Mais si elle fait cela, comment les gens vont-ils savoir que son entreprise existait? En conséquence, elle a réalisé un échantillon d'uniforme qu'elle a emmené avec elle pendant une visite à l'école locale. Elle l'a montré au directeur, et lui a annoncé qu'elle allait se lancer en affaires, et lui a demandé de parler aux parents à son sujet. Elle a fait la même chose à sa mosquée, et demanda à l'imam de recommander son travail à ses membres. Aïcha a parlé à tous ses amis à propos de ce qu'elle a prévu de faire. Enfin, elle chercha une personne qui pourrait être en mesure de l'aider si son entreprise réussit. Elle allait gérer l'entreprise elle-même pour commencer, parce que cela allait lui éviter le versement d'un salaire, mais elle espérait quand même qu'elle pouvait très vite se permettre l'assistance d'une autre personne. Elle aurait besoin de l'aide d'une personne sympathique qui traitera bien les clients.

Aïcha a bien fait ses devoirs.

Source: Curriculum entrepreneuriat WIT

Histoire 2:

1. Pourquoi avez-vous choisi ce projet?

- En raison du besoin d'un cybercafé qui soit exclusivement réservé aux femmes. Les cybercafés mixtes ne sont pas toujours acceptables pour les femmes et leur environnement n'est pas toujours sans danger pour les femmes et les filles pour y travailler. J'ai aussi choisi ce métier parce qu'il offre un service à ma communauté. En conséquence nous en profitons moi et ma communauté.

2. Quels sont les défis que vous avez rencontrés en lançant votre entreprise? Et quels sont les défis auxquels vous faites face maintenant que votre entreprise est établie?

- Les principaux défis que j'ai rencontrés sont, premièrement, les procédures gouvernementales qui ont été extrêmement longues parce que mon entreprise comprend l'Internet, en second lieu, à ma grande surprise, l'augmentation constante des prix, et la troisième, les hommes qui profitent des femmes. Quand certains hommes voient que vous êtes une femme, ils vous facturent leurs produits à un prix plus élevé parce qu'ils croient qu'en étant une femme, vous n'êtes pas consciente des prix réels.

3. Quel est le nombre d'employés et le nombre de personnes bénéficiant de votre revenu? (Conjoint, famille, enfants, etc)

- Comme je ne veux pas payer pour des salariés, il n'y a que moi et mon amie qui gérons actuellement l'entreprise. Je suis également à la retraite et pas mariée.

4. Si vous considérez que votre entreprise est un succès, quel est selon vous la recette de votre succès?

Je suis à la dernière étape de l'ouverture du café, j'espère que mon entreprise sera couronnée de succès, mais je crois que l'on doit très bien planifier à l'avance pour notre entreprise avec une étude de faisabilité satisfaisante, et s'attendre aux surprises.

5. Quels sont les conseils que vous pourriez donner à d'autres femmes qui envisagent de créer leur propre entreprise? Quelles sont les leçons apprises?

Peu importe votre degré de préparation, et même si vous pensez avoir fait une étude de faisabilité complète, il y aura toujours des surprises! En outre, vous devez consacrer du temps pour votre projet.. Vous devez vous fixer des délais pour vous-même, et toujours s'attendre à un minimum de profit, au moins dans les premières étapes de l'existence de votre entreprise. Je voudrais aussi conseiller tous ceux qui veulent travailler dans une entreprise de se familiariser avec leur travail, par exemple dans mon cas, j'ai l'intention de prendre des cours de maintenance informatique de sorte que je puisse maintenir mes ordinateurs sans avoir à dépendre de quelqu'un pour faire ce travail pour moi.

6. Y a-t-il quoi que ce soit que vous auriez aimé faire différemment? Ou quelle formation auriez-vous aimé avoir avant de commencer votre entreprise?

J'aurais aimé prendre des cours spécialisés tels que la maintenance informatique, comme ça je n'aurais pas besoin de dépendre de quelqu'un d'autre pour faire l'entretien.

7. Comment comptez-vous commercialiser votre produit / entreprise?

Je pense distribuer des brochures dans des lieux où beaucoup de femmes se rendent comme les écoles pour jeunes filles, la bibliothèque, et les salles de gym, etc

8. Quels sont les avantages d'avoir votre propre entreprise?

Les principaux avantages sont d'abord d'être votre propre patron ; vous n'avez pas à dépendre de qui que se soit. D'autre part, avoir votre propre entreprise vous rend plus fort et renforce votre caractère et votre personnalité, car vous dépendez de vous-même et vous faites tout vous-même et enfin, vous aurez l'indépendance financière.

9. Pensez-vous que votre entreprise sera un succès?

J'espère qu'un jour, je peux dire que mon entreprise est réussite, mais je n'ai pas encore commencé mon entreprise. J'espère que d'ici quelques semaines je pourrai lancer un cybercafé pour femmes.

Définir la mission de votre entreprise

La définition de votre mission d'entreprise est une étape importante de votre processus de planification stratégique. Elle vous aidera à vous concentrer sur le but de l'existence de votre entreprise, en premier lieu.

Un bon énoncé de mission devrait répondre à ces questions:

- 1 - Que faisons-nous?
- 2 - Comment le faisons-nous?
- 3 - Pourquoi le faisons-nous? et
- 4 - Pour qui le faisons-nous?

Votre mission d'affaires doit répondre aux questions ci-dessus et les exprimer d'une façon qui résume les **valeurs** qui sont importantes pour vous.

Exemples de valeurs:

- Fournir des produits de haute qualité
- Fournir un service client de qualité supérieure
- Protéger l'environnement
- Assurer un accès égal aux ressources
- Encourager l'innovation / la créativité
- Inscire son activité dans une logique de développement durable

Organisation de la section (60 min)

Dans cette section, vous aurez besoin d'expliquer aux participantes une formule basique et simple à suivre pour définir leur énoncé de mission de petite entreprise.

Pour mieux expliquer, utilisez les trois exemples présentés ci-dessous.

Exercice: Définir votre énoncé de mission d'affaires. Demandez aux participantes de se joindre à leurs groupes pour définir leur idée de petite entreprise en se basant sur ce qu'ils ont appris durant le cours et en utilisant le modèle de tableau ci-dessous. Chaque groupe doit:

- Discuter et définir leur énoncé de mission en fonction de leur idée d'entreprise,
- Écrire leurs réponses sur un flip chart,
- Nommer un membre pour présenter leur énoncé de mission

À la fin des présentations des participantes, terminez la section en mettant l'accent sur l'importance d'explorer et d'utiliser les énoncés de mission au maximum pour les participantes et non pas faire l'erreur de les garder seulement sur le papier.

Examinons ces trois exemples:

Qu'est-ce que votre entreprise fait?	Décrivez comment vous le faites	Et pourquoi
1- Fournir des services éducatifs	Fournir des services éducatifs qui permettent à tous les enfants de vivre des expériences d'apprentissage réussites	Fournir des services éducatifs qui permettent à tous les enfants de vivre expériences d'apprentissage réussites et de devenir des apprenants permanents et des membres actifs de notre communauté
2- Vendre des chaussures	Vendre des chaussures de meilleure qualité	Vendre des chaussures de meilleure qualité pour que chaque client puisse trouver une paire qu'il aime réellement mettre
3- Cultiver des légumes du marché	Cultiver des légumes du marché en utilisant des produits organiques, et des pratiques agricoles durables	Cultiver des légumes du marché en utilisant des produits organiques, et des pratiques agricoles durables pour donner aux gens des choix alimentaires sains et sûrs

Exercice:

Remplissez le tableau ci-dessous pour rédiger votre énoncé de mission:

Que fait votre Entreprise?	Décrivez comment vous le faites	Et pourquoi

Une fois que vous développez votre énoncé de mission, inscrivez-le au cœur de votre activité au lieu de le garder sur un papier. Vous avez besoin que votre énoncé de mission soit au premier plan dans l'esprit de tous ceux qui travaillent dans votre entreprise et qu'il soit communiqué aux clients. Il s'agit d'une déclaration de la raison d'être de votre entreprise. C'est

aussi l'affirmation selon laquelle vous expliquez à vos clients potentiels qu'ils gagneront en faisant des affaires avec vous.

Beaucoup d'entreprises qui ont compris la puissance d'un énoncé de mission l'ont utilisé de différentes manières:

- Comme une source d'inspiration pour les employés,
- En tant que thème de leurs campagnes publicitaires,
- sur le Blog de leur entreprise ou leur site Web et sur tous leurs supports marketing.

Définissez votre énoncé de vision d'entreprise

Lorsque vous écrivez votre énoncé de vision, vous avez besoin de décrire vers quel objectif se dirige votre entreprise et ce à quoi elle va ressembler quand elle y parviendra. Définissez ce que vous voulez que votre entreprise soit. Il est utile d'élaborer une vision de 1 an, de 3 ans et de 5 ans, pour assurer votre avancement vers l'endroit où vous voulez être grâce à des mesures quantifiables et bien définis.

Sans un énoncé de vision, la planification d'une entreprise efficace serait impossible. C'est l'énoncé de vision qui définit la destination de votre entreprise. Sans destination, comment pouvez-vous planifier votre itinéraire?

Un énoncé de vision décrit un avenir idéal. Il répond à la question: «Quel est l'impact que nous voulons avoir sur la société?»

Pour rédiger votre énoncé de vision, examinez votre énoncé de mission d'entreprise et appliquez la formule suivante:

Dans cinq ans, « nom de la société »

Ssera.....en.....

Par exemple Vision:

«Dans un an, notre Centre de WES sera reconnu comme l'un des meilleurs centres de formation en offrant des programmes de formation de pointe aux femmes de ma communauté.»

Organisation de la section (45min)

Dans cette section, vous allez expliquer aux participantes une formule basique et simple à suivre pour définir leur énoncé de vision.

Donnez des exemples pour aider les participantes à saisir comment définir un énoncé de vision et faire la différence entre un énoncé de mission et de vision.

Exercice: Définissez votre énoncé de vision. Demandez aux participantes de retourner à leurs groupes et de travailler ensemble pour définir leur énoncé de vision de l'entreprise en fonction de leur idée d'entreprise du groupe. Les participantes devront discuter, définir et écrire leur énoncé de vision sur le flip chart. Chaque groupe peut utiliser le même flip chart pour présenter leur idée d'entreprise et énoncé de mission.

À la fin des présentations des participantes, terminez la section et répétez que les premières étapes de la planification de leurs activités comprennent les réponses aux questions de planification de base, la définition de leur mission d'entreprise et d'énoncé de vision.

Définissez vos objectifs SMART:

L'établissement d'objectifs est le processus de décider ce que vous voulez accomplir et d'élaborer un plan pour atteindre le résultat que vous désirez.

La meilleure façon de vous assurer que votre entreprise atteigne ses objectifs est de fixer des objectifs SMART. Il est important pour les entrepreneurs de définir ce qu'ils doivent faire pour atteindre leurs objectifs en termes mesurables et réalistes.

Après avoir défini vos objectifs entrepreneuriaux SMART, vous devez relier chaque objectif par une action. De cette façon, vous pourriez définir vos objectifs d'entreprise.

Spécifique - Qu'est-ce que vous essayez d'accomplir? Plus vous serez précis, plus il est probable que l'objectif sera atteint.

Mesurable - Comment pouvez-vous savoir si vous réussissez? Répondez aux questions «Combien?» Et "quand?"

Atteignable - Est-ce que c'est réaliste par rapport aux ressources que vous avez ou que vous pouvez acquérir pour y parvenir?, ou est-ce que c'est un obstacle majeur à la réussite? Les meilleurs buts devrait vous encourager à les atteindre, mais pas au point d'impliquer les ressources indisponibles ou des attentes irréalistes.

Réaliste - Est-ce que cet objectif peut vous aider à réaliser votre vision? Se fixer des objectifs qui ne s'alignent pas avec votre résultat final espéré, détournera votre attention de ceux qui vous aident à y arriver.

Temporel - Quelle est la date limite pour cet effort? Sans avoir des délais précis associés à chaque but, il vous sera très probablement impossible de les atteindre.

Organisation de la section (60 min)

Dans cette section, expliquez aux participantes comment définir leurs objectifs SMART pour leurs entreprises.

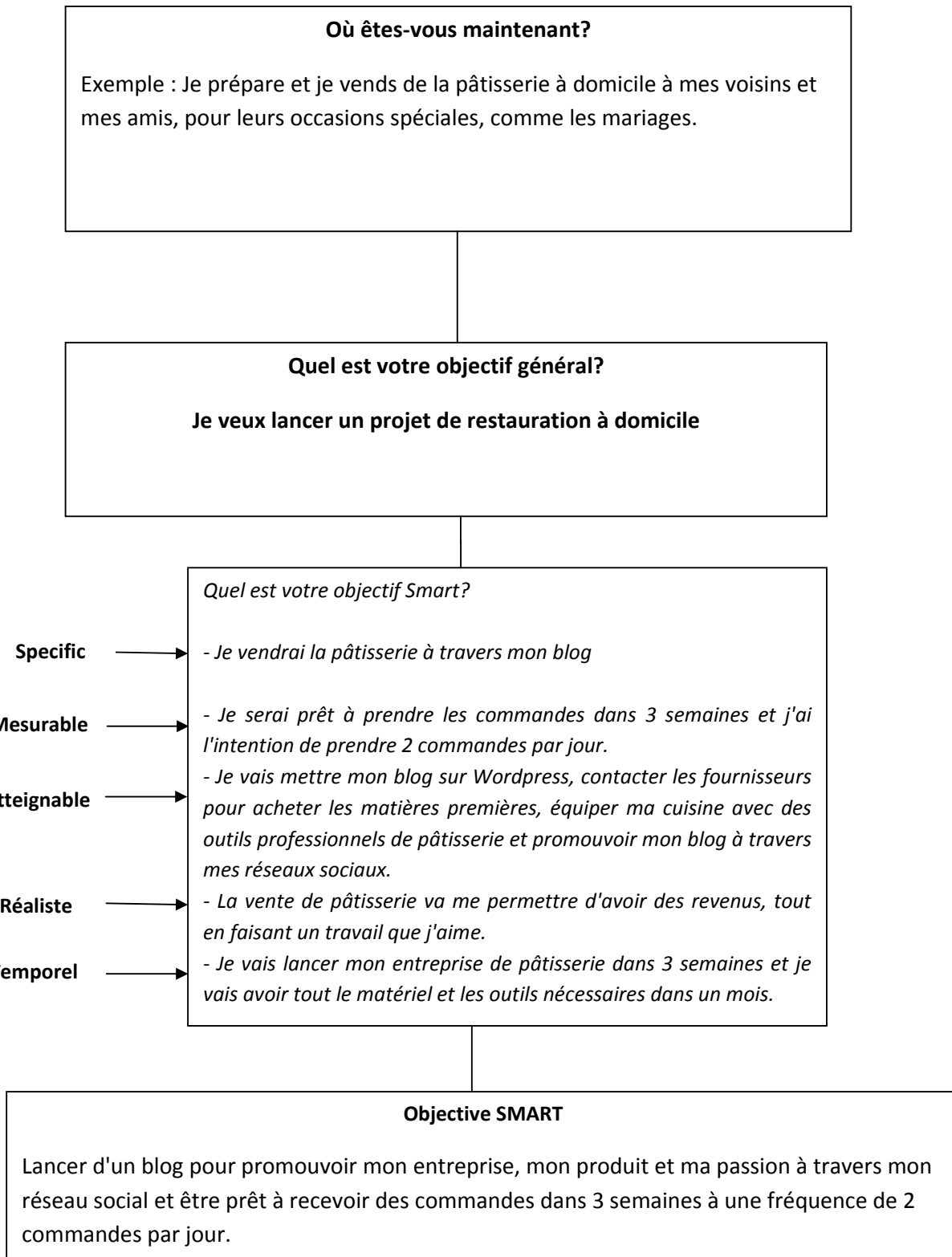
D'abord expliquez ce que signifie SMART et passez ensuite à la façon de tracer un objectif SMART en utilisant l'exemple et le tableau ci-dessous. Utilisez ce tableau pour expliquer les étapes pour passer d'une situation spécifique à un objectif général et à un objectif SMART.

Exercice:

Quand les participantes commencent à saisir ce processus, demandez-leur de retourner à leurs groupes pour définir leur(s) objectif SMART d'entreprise. Demandez aux participantes de définir 2 à 3 objectifs généraux et SMART. Chaque groupe aura besoin d'écrire son tableau et ses réponses sur un flip chart, et l'accrocher à côté de l'idée d'entreprise, les tableaux mission et vision et présenter ses réponses à l'ensemble du groupe.

À la fin des présentations, terminez la section et réitérez l'importance pour les participantes de définir des objectifs SMART au lieu d'objectifs vagues.

Le tableau ci-dessous explique la façon de tracer vos objectifs SMART:



Exercice: Définissez vos objectifs d'affaires SMART en utilisant le tableau ci-dessous..

Où êtes-vous maintenant?

Comment allez-vous arriver là où vous voulez?

(But général)

Quel est votre objective SMART?

- Spécifique → -
- Mesurable → -
- Atteignable → -
- Réaliste → -
- Temporal → -

Objective SMART

SWOT comme une technique de planification stratégique

L'analyse SWOT est un outil de planification stratégique utile pour comprendre vos forces, faiblesses, opportunités et menaces.

Il s'agit d'un outil important pour la vérification de la position stratégique global de l'entreprise et de son environnement. SWOT a deux niveaux d'analyse: interne et externe. L'analyse interne met l'accent sur les forces et les faiblesses de vos activités particulières. L'analyse externe comprend l'évaluation des opportunités et des menaces qui existent dans votre domaine d'activité ou dans votre environnement et qui peuvent avoir un impact sur votre entreprise.

	Positive	Négative
Interne	Force	Faiblesses
Externe	Opportunité	Menaces

Votre analyse SWOT vous aide en tant que chef d'entreprise à déterminer la stratégie de croissance que l'entreprise devrait prendre et comment l'adapter en général aux éléments essentiels à l'élaboration d'une stratégie pour un succès durable.

Une analyse SWOT vous permet de regarder vos affaires sur une base régulière et de travailler à améliorer vos faiblesses et profiter au maximum de vos possibilités.

Vous devez effectuer votre analyse SWOT pour votre planification stratégique, la planification de fonctionnement, l'évaluation de la concurrence, la stratégie marketing et l'évaluation de l'entreprise.

Pendant la phase de mise en œuvre de votre entreprise, il est conseillé de faire une analyse SWOT tous les trois ou quatre mois, pour voir si vous pouvez améliorer vos profits.

Organisation de la section (60 min)

Dans cette section, vous allez découvrir l'analyse SWOT comme un outil de planification stratégique.

Histoire 3:

Quand vous finissez d'expliquer les principes de base de l'analyse SWOT, demandez à une participante de lire l'histoire dans ce module et demandez aux participantes de donner leur avis sur ce qui s'est passé dans cette histoire. Le point principal de l'utilisation de cette histoire est de montrer aux participantes la façon dont une entreprise peut améliorer ses services une fois qu'elle est consciente de ses faiblesses particulières. SWOT est un outil important pour la planification stratégique avant et pendant la mise en œuvre de votre projet d'entreprise.

Exercice:

Divisez les participantes en deux groupes. Expliquez que chaque équipe est une équipe SWOT qui a besoin de réfléchir à propos du scénario ci-dessous. Comme règle de base pour cet exercice, tout le monde au sein de chaque groupe devrait être habilité à dire ce qu'il pense sans crainte. Un membre de l'équipe devra présenter leurs réponses sur un flip chart.

Lorsque les participantes terminent leur présentation, donnez les feedbacks nécessaire selon la correction de l'exercice. Vous pouvez écrire la réponse pour cet exercice sur un flip chart et la présenter lorsque les participantes terminent leurs présentations.

Terminez en donnant un bref aperçu des principaux points abordés lors de cette section.

Cela doit être un processus continu au cours de la mise en œuvre de votre entreprise pour ajuster le Business Plan et le maintenir en bon fonctionnement.

Histoire 3:

Il y avait une chambre de commerce dans la capitale. Ils organisaient les petites entreprises et leur donnaient des formations. Les organisateurs ont été très respecté par la communauté des affaires, mais ils ont vu que peu de nouvelles entreprises leurs ont fait appel. Quand ils ont réfléchi à propos de leur propre entreprise, ils ont trouvé que leur opérateur téléphonique était désagréable. Elle avait une voix forte qui n'était pas accueillante. Ils ont décidé alors de mettre une personne avec une voix agréable pour répondre au téléphone et gérer la réception. Ils ont trouvé un autre emploi pour le premier opérateur.

Source: Curriculum de l'entrepreneuriat WIT

Exercice: SWOT Scénario

Imaginez que vous gérez un atelier d'impression et que vous imprimez des cartes et des menus pour les restaurants et lieux de divertissement.

Vous vendez des menus chaque jour à vos amis à moitié prix. Un nouvel hôtel est en cours de construction à proximité du centre-ville. Vous enregistrez vos ventes dans le livre de caisse tous les jours. Certains de vos encres sont de mauvaise qualité. Vous entretenez toujours une relation amicale avec vos clients. Trois nouveaux ateliers d'impression s'ouvrent dans la ville. Le magasin le plus proche de vous ouvre une heure plus tôt. Vous n'avez pas payé votre permis d'exploitation au cours du trimestre. Vous avez visité trois hôtels de la ville et obtenu des nouvelles commandes. Le Conseil de ville parle de la fermeture de votre rue à l'activité commerciale.

Regardez ce scénario et décidez:

Quelles sont vos forces et vos faiblesses? Définissez vos opportunités et menaces.

Correction d'exercice:

Points forts

- A. La tenue de registres quotidienne est très bonne.
- B. Entretenir des relations amicales avec vos clients est bon. Les gens préfèrent de loin acheter de quelqu'un qui est agréable et les salue par leur nom que d'une personne de mauvaise humeur.
- C. La visite des trois hôtels pour obtenir des commandes a été une bonne chose à faire. Vous êtes sorti et vous avez cherché une affaire pour votre entreprise.

Faiblesses

- A. La vente de menus à moitié prix pour vos amis réduit votre profit,... c'est une faiblesse
- B. De plus, pourquoi quelqu'un achèterait des cartes imprimées avec une encre de mauvaise qualité? En entrepreneuriat, vous avez besoin d'avoir une réputation d'une entreprise qui vend un produit de qualité à un prix équitable. Une mauvaise qualité est une faiblesse.
- C. Il n'ya aucune excuse pour ne pas payer votre licence commerciale.

Opportunités

- A. Le nouvel hôtel en construction à proximité du centre-ville nous offre une opportunité. Ils vont acheter des cartes de visite et des menus pour leur restaurant et peut-être, vous pouvez les convaincre d'acheter vos produits.

Menaces

- A. Les nouveaux magasins sont une menace ... ils sont de la concurrence. Toutefois, s'ils paient leur licence d'exploitation vous ne pouvez rien contre eux.
- B. Mais que pourriez-vous faire à propos de la boutique, qui ouvre plus tôt que vous? Vous pouvez aussi arriver plus tôt.

Etude de marché

L'étude de marché est un outil précieux pour toutes les entreprises. Les statistiques et les autres données d'études de marché vous aident à prendre des décisions éclairées au sujet de la commercialisation de votre entreprise. En utilisant des études de marché, vous pouvez comprendre vos clients potentiels et leurs besoins, ainsi que ce que font vos concurrents.

Il est également utile de comprendre les tendances du marché afin que vous puissiez profiter au maximum de vos possibilités d'affaires. Recherchez des informations dans les rapports de marché, les statistiques gouvernementales, les publications commerciales et les publications des associations industrielles pour trouver de nouveaux développements et de nouvelles possibilités à la fois dans votre secteur d'activité et dans l'environnement commercial.

Les deux types d'études de marché:

La recherche primaire

Ce sont des informations que vous collectez de première main grâce à des enquêtes, des interviews, en parlant aux clients et aux entreprises. Ce type de recherche directe peut vous aider à découvrir les besoins de vos clients, comment votre entreprise peut améliorer, vos domaines d'excellence et les pratiques que d'autres entreprises utilisent.

Il est également important ici de découvrir où vos cibles habituelles passent la plupart de leur temps, que ce soit physiquement ou en ligne, afin de déterminer comment vous pouvez mieux communiquer avec eux. Par exemple, si vos clients cibles sont les étudiants vous pouvez concentrer vos efforts sur les écoles. Si la tranche d'âge de vos clients cibles est 15-35 ans, vous pouvez concentrer votre étude de marché et vos efforts de promotion sur les réseaux sociaux en ligne, où ce groupe d'âge passe son temps habituellement.

Organisation de la partie (60 min)

Dans cette section, vous allez initier les participantes à l'étude du marché, de ses types et de certaines techniques de recherche de marché.

Pour aider les participantes, préparez une liste d'organisations locales et nationales qui peuvent les aider à trouver des données et des statistiques sur leur marché et régions.

Histoire 4:

Demandez à une participante de lire l'histoire. Ensuite, invitez les participantes à exprimer des commentaires sur ce qui s'est passé dans cette histoire et menez une discussion de groupe.

Après les présentations, vous présenterez quelques outils d'étude de marché cités dans ce module. Quand vous terminez cette section, demandez à chaque groupe les outils qu'ils utilisent. Dans le cas où certaines participantes sont incapables d'utiliser des outils qui nécessitent une connaissance en matière des NTIC, proposez des alternatives comme trouver une famille ou un camarade de classe WES pour les aider.

La recherche secondaire

Vous pouvez également étudier votre marché en utilisant les informations qui ont déjà été recueillies, notamment des statistiques gouvernementales et les publications commerciales.

Histoire 4:

Une femme pensait avoir une idée d'entreprise potentiellement importante. Elle a décidé qu'elle allait commencer une entreprise de vente de vêtements pour femmes. Elle a commencé à acheter des produits auprès des fournisseurs et elle a trouvé un logement à louer.

Malheureusement, son entreprise ne marche pas bien car elle n'a pas assez de demande. Elle a été coincée avec les produits qu'elle avait achetés et ne pouvait pas continuer à payer le loyer mensuel. Plus tard, elle a découvert que de nombreux concurrents établis dans son emplacement offraient des produits similaires pour de meilleurs prix et ils avaient déjà gagné une bonne réputation.

Si elle avait fait son étude de marché correctement au préalable, elle aurait répondu aux besoins des clients avec un produit novateur et à prix correcte.

Quelques outils et techniques pour mener des études de marché:

Observation

S'entraîner à observer les gens dans l'action pourrait être l'une des meilleures techniques pour mener à bien votre étude de marché. Observer les consommateurs en action lors de vos achats dans les magasins, les marchés et enquêtez sur les habitudes d'achat de vos collègues de travail ou membres de la famille et les amis peut vous aider à comprendre le modèle d'achat et les tendances sur les produits ou services spécifiques. Cela va vous donner une image plus réaliste sur les habitudes et les préférences de vos clients.

Focus groups:

Les focus groups fournissent un excellent moyen pour évaluer des produits ou des concepts à coups moins cher, et à apprendre comment ils vont être reçus par votre public cible. Dans un focus group un modérateur utilise une série scénarisée de questions pour animer une discussion au sein d'un groupe. Commencez avec votre réseau social (amis et famille), en supposant que vous pouvez assembler un groupe assez diversifié.

Sondage

Une autre technique d'étude de marché consiste à collecter les données à travers des enquêtes/sondages. Cette technique coûte plus d'argent, et demande plus de temps et de ressources.

Vous devriez peut-être réfléchir à cette méthode quand vous serez dans le stade de développer votre entreprise et que vous pouvez vous le permettre.

Exercice:

Aidez et orientez les participantes à procéder à un focus groupe. Demandez à un volontaire de jouer le rôle de l'animateur pour demander au groupe une série de questions et recueillir des données sur leurs idées d'entreprise. Les questions peuvent inclure:

- Est-ce le prix que vous proposez est correcte?
- qu'est ce qu'ils ressentent par rapport à ce produit?
- Pourquoi ont-ils ces sentiments pour ce produit?
- Qu'est-ce qu'ils suggèrent comme améliorations?

Le point principal de cet exercice est d'aider les participantes à pratiquer la technique du focus group comme méthode d'étude de marché pour leur entreprise.

Exercice:

Demandez aux participantes de retourner à leurs groupes pour répondre aux questions de recherche en marketing dans les Manuels des participantes. Spécifiez quels outils d'études de marché seraient commodes pour leurs enquêtes en fonction de leur idée d'entreprise, leurs connaissances et leurs ressources. Chaque groupe doit présenter ses réponses sur un flip chart.

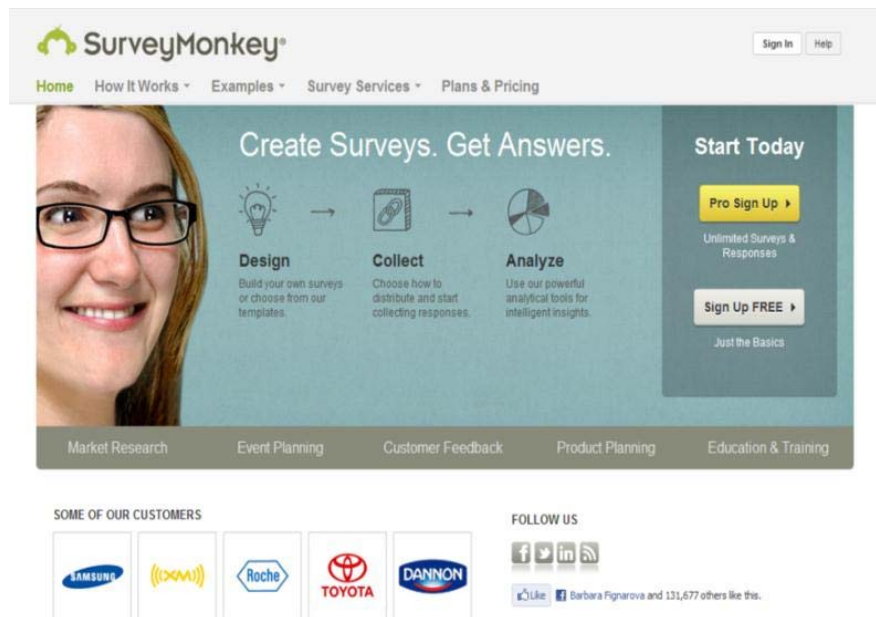
Trois types d'enquêtes:

1 - Des enquêtes individuelles: effectuez des entrevues une par une dans des endroits stratégiques comme les centres commerciaux, où l'on peut introduire des échantillons de vos produits et recueillir une rétroaction immédiate. Ce genre d'arpentage coûte beaucoup d'argent et de temps;

2 - Enquêtes téléphoniques: c'est la réalisation d'enquêtes par téléphone. Cette méthode coûte de l'argent et peut-être inefficaces en raison de la réticence des gens à participer à ce genre d'enquêtes;

3 - Sondage en ligne: envoyer un sondage en ligne par e-mail. Malgré la réticence des gens à répondre aux enquêtes qu'ils reçoivent par e-mail, cette méthode reste une bonne option pour les petites entreprises. La meilleure façon pour stimuler cette méthode est par la croissance de votre réseau et la liste de diffusion.

Un outil gratuit à utiliser pour créer votre sondage en ligne est [SurveyMonkey.com](https://www.surveymonkey.com) qui vous permet de mettre en place une petite Enquête en ligne gratuitement (100 réponses maximum).



C'est votre décision de choisir ce que vous essayez de trouver, donc commencez par définir clairement ce que vous voulez savoir: Ya-t-il intérêt dans le marché pour votre type de produit? Les gens sont-ils mécontents des solutions actuelles à un problème spécifique?

Pensez au format des questions ainsi. Par exemple, des questions ouvertes apportent des réponses subjectives et anecdotiques. Vous pouvez attirer une grande variété d'opinions de clients. Sinon, les questions à choix multiples et à l'échelle donnent des réponses précises et, dans la plupart des cas, des réponses quantitatives.

Il est à signaler que l'étude de marché peut même aider à réorienter votre approche de départ.

Exercice: Répondez aux questions de l'étude de marché

Ces questions sont quelques-unes des principales choses dont vous avez besoin pour répondre à votre marché cible.

- Quelles sont les caractéristiques démographiques de votre clientèle cible (âge, sexe, profession, revenu du ménage, situation géographique)?
- Quelle est la taille du marché en ce moment (chiffre d'affaires annuel que vos concurrents génèrent actuellement, ou votre projection de clients potentiels et la taille du marché, si vous introduisez un nouveau produit)?
- Quelle sera la taille du marché désiré d'ici cinq à dix ans?
- Ya t-il des groupes spécifiques (segments) au sein de votre marché cible auquel vous voulez consacrer une attention spéciale en terme de marketing?

Résumé du module:

Grâce à ce module, les participantes seront en mesure de répondre aux questions fondamentales liées à la phase de démarrage d'une petite entreprise. Dans ce module, nous avons couvert:

- 1 – l'importance de la planification
- 2 – L'énoncé de la mission et de la vision
- 3 – Définition des objectifs SMART
- 4 - SWOT comme une technique de planification stratégique
- 5 – la réalisation d'études de marché

Révision du module:

Après chaque section de ce module, il faut réviser le thème couvert avant de passer aux prochaines parties

A la fin de ce module,

- Procédez à une révision générale en posant des questions sur les sujets qui ont été abordés au cours des sections pour évaluer le niveau de compréhension des participantes;
- Attribuez des devoirs après chaque section aux participantes pour la prochaine section;
- Encouragez les participantes après chaque section de ce module à commencer à planifier leurs activités, à définir leur mission et la vision de l'entreprise et de mener des études de marché.

Module 3: Mon Business Plan (Plan d'affaires)

Qu'est-ce qu'un Business Plan?

La rédaction de votre **Business Plan** est l'une des tâches les plus importantes lors du démarrage de votre entreprise. Votre **Business Plan** est votre plan de route pour la réussite de l'entreprise.

«Un **Business Plan** est un document écrit qui décrit en détail comment une nouvelle entreprise va atteindre ses objectifs. Un **Business Plan** va étaler un plan écrit d'un point de vue commercial, financier et de fonctionnement. Parfois, un **Business Plan** est préparé pour une entreprise bien établie et qui se déplace dans une nouvelle direction»

Source: *Dictionnaire de l'investissement. investopedia.com*

Pourquoi rédiger un Business Plan?

Le **Business Plan** est un document nécessaire pour résumer les aspirations commerciales de l'entrepreneur, obtenir les autorisations légales et mobiliser les ressources nécessaires pour lancer l'entreprise.

Un **Business Plan** bien rédigé constitue une base solide pour l'entreprise. Le **Business Plan** oblige les entrepreneurs à examiner à l'avance, tous les éléments de la gestion d'une entreprise rentable. Il les aidera à suivre les progrès réalisés au cours des premières années. Le **Business Plan** est essentiel s'ils veulent obtenir un financement pour leur entreprise. Il montrera l'opportunité potentielle et les besoins en financement y afférents.

Pour quelques idées d'affaires, les ressources propres sont insuffisantes au départ. Des fonds sont nécessaires pour l'achat d'équipement et les dépenses de fonctionnement. Plus tard dans cette formation vous serez initié à la façon dont un **Business Plan** permet de déterminer les frais de démarrage de l'entreprise. Lorsque la décision de demander des fonds supplémentaires est prise, l'entrepreneur doit être

Dans le module précédent, les participantes ont appris l'importance et les étapes à suivre pour planifier leurs activités? Dans ce module, les participantes apprendront la façon d'insérer les données de leurs recherches dans un Business Plan. Les participantes seront initiées à l'importance de rédiger un Business Plan pour leurs entreprises et apprendront les éléments principaux de ce document stratégique.

Les éléments d'un bon Business Plan comprennent:

- Un résumé.
- Description et aperçu.
- La stratégie de marketing
- Les opérations commerciales
- Finance

Donnez un canevas du Business Plan et le guide pour l'élaboration du business plan.

Organisation de la section (30 min)

Dans cette section, vous allez expliquer ce qu'est un Business Plan et pourquoi les entrepreneurs ont en besoin à ce stade précoce.

-Fournissez une copie du canevas du business plan à toutes les participantes, si l'impression d'un exemplaire pour chaque participante des centres WES risque de coûter cher, vous pouvez inclure les frais dans les frais d'inscription des participantes ou donner une copie électronique que chaque participante peut imprimer.

Après avoir expliqué le Business Plan et son importance pour les entrepreneurs, il est important de revoir le canevas de Business Plan et le guide avec les participantes et expliquez que le guide du Business Plan est un moyen conçu pour aider les participantes à compléter leur propre plan en répondant aux questions de chaque section.

préparé avec son business plan et bien informé sur les sources alternatives.

Composants du plan d'affaires:

Les éléments de base de votre **Business Plan** comprennent:

- **Résumé:** Il s'agit d'un bref résumé des objectifs globaux de votre entreprise et comment vous avez l'intention d'atteindre ses objectifs.
- **Description et vue d'ensemble:** cette section décrit votre idée d'entreprise, d'un produit ou d'un service, l'énoncé de mission, la vision et les objectifs SMART,
- **Stratégie Marketing:** cette section définit votre concurrence, la clientèle, l'analyse SWOT et détaille la politique commerciale, le marketing et les stratégies de prix ainsi que vos prévisions de ventes,
- **Opérations commerciales:** cette section décrit votre production et les coûts d'exploitation,
- **Finance:** cette section décrit vos dépenses en capital, le budget de fonctionnement, l'état des profits et des pertes et les stratégies de tarification.

Organisation de la section: (30 minutes)

Dans cette section, vous allez présenter les éléments du Business Plan aux participantes. Soulignez le fait que ce plan devrait rester concis, bref et précis pour éviter de mettre la confusion dans l'esprit des investisseurs ou les ennuyer. Après avoir décrit les éléments du business plan, vous devez:

Exercice:

Retournez à votre groupe de quatre pour remplir les sections suivantes:

- Idée de l'entreprise
- Les énoncés de mission et de vision,
- Les objectifs SMART de l'entreprise,
- Étude de marché

Orientez les participantes à utiliser les données collectées durant la section précédente pour compléter leur business plan.

Encouragez les participantes à continuer à remplir les autres sections tout au long de la formation ou à la maison pour leurs propres idées d'entreprise. Les participantes doivent pratiquer en classe et travailler sur leur business plan du groupe, et à la maison ils doivent travailler sur leur propre business plan.

Encouragez chaque participante à terminer la préparation de son entreprise à la fin de la formation;

Les participantes peuvent travailler et remplir chaque section de leur Business Plan comme un devoir à la maison.

Résumé du module:

Ce module vise à répondre aux questions fondamentales liées à la planification des activités pour aider les participantes à se familiariser avec les exigences de la phase de planification et être capable de rédiger leurs propres Business Plan (plan d'affaires). Il porte des réponses aux questions suivantes :

- Qu'est-ce qu'un business plan?
- Pourquoi avons-nous besoin d'élaborer un Business Plan?
- Quels sont les éléments d'un bon Business Plan?

Révision du module:

A la fin de la section, faites une révision générale de ce qui a été traité dans le module et demandez aux participantes s'ils ont des questions.

Insistez sur l'importance pour les participantes de travailler sur leur Business Plan (plan d'affaires) tout au long de la formation.

Devoirs:

Pour votre propre idée d'entreprise, complétez les sections suivantes:

- L'idée d'entreprise
- La mission et la vision,
- Objectifs SMART de l'entreprise,
- Étude de marché

Module 4: Les opérations commerciales

Le budget de fonctionnement:

Connaître les coûts relatifs à la création d'entreprise est important pour estimer les coûts de démarrage, pour fixer des prix corrects, définir vos coûts de production et fonctionner efficacement. Avant même de se lancer en affaires, il est important d'établir un budget des dépenses.

Pour un prêt, vous devrez établir un budget. Pour définir des prix corrects, vous avez besoin de connaître vos frais. Pour fonctionner efficacement, vous devrez surveiller vos dépenses réelles par rapport à votre budget. En outre, pour tester votre idée d'entreprise, vous devrez établir un budget de vos dépenses de la première année et le comparer à ce que vous espérez gagner.

Dressez une liste de toutes les dépenses que vous prévoyez lorsque vous démarrez votre entreprise. Estimez combien chacune de vos dépenses va coûter. Faites-le individuellement. Dressez une liste de tous les articles que vous pensez être nécessaire pour le fonctionnement de votre entreprise. Utilisez la section 3 dans le guide pour l'élaboration du plan Business pour être plus rigoureux dans votre planification. Soyez aussi précis que possible. Au cours de la semaine suivante, vous aurez besoin d'étudier les coûts réels. Tandis que vous faites cela, enregistrez vos coûts prévus dans l'outil de suivi des flux de trésorerie. Une décision que vous devrez prendre est de savoir si vous allez vous accorder un salaire régulier.

Vous devez vous rappeler que la première année sera la plus difficile comme vous aurez à mettre en place votre entreprise et vous familiariser avec.

Dans le module précédent, les participantes ont été initiées aux composantes du **Plan Business** (plan d'affaires). Dans ce module, les participantes vont utiliser et compléter la partie 3 de leur plan business. Par conséquent, elles vont apprendre à préparer un budget de fonctionnement de leur entreprise. Elles apprendront également comment gérer les coûts des produits et du fonctionnement. Enfin, elles apprendront à définir leurs coûts de production.

Organisation de la section (120 min)

Dans cette section, vous allez expliquer les principes de base de l'estimation du budget de fonctionnement.

Après cela, vous expliquerez aux participantes comment elles peuvent gérer les coûts des produits et de l'exploitation.

Exercice 1:

Demandez aux participantes de retourner à leurs groupes. Chaque groupe doit dresser une liste de toutes les dépenses qu'elles prévoient lors du démarrage de leur entreprise. Expliquez aux participantes qu'elles doivent utiliser la section 3 dans le « Guide pour l'élaboration du Plan Business », pour être plus rigoureux dans leur planification.

Quand elles auront fini de travailler sur leur liste, montrez leur comment ils peuvent l'insérer sur le modèle du **Plan Business** et dans l'outil de suivi des flux de trésorerie.

Comme **devoir**, encouragez chaque participant à préparer la liste des dépenses de sa propre entreprise, d'enquêter sur les coûts réels pour remplir la section 3 du **Plan Business** et de l'outil de suivi des flux de trésorerie.

Demandez aux participantes de garder leurs budgets de fonctionnement pour les utiliser plus tard sur d'autres sections.

Gestion des coûts des produits et des coûts de fonctionnement:

Un entrepreneur peut augmenter son profit en gérant les coûts. Certaines économies peuvent être des «fausses» mesures si des matériaux de qualité inférieure sont achetées et si elles réduisent la qualité du produit. Ici, l'accent est mis sur la qualité du produit/service et sur la réduction efficace des coûts. Pourquoi réduire vos coûts? Pour faire plus de profit.

Afin de minimiser les coûts et maximiser vos profits, vous devez:

Comprendre les types de coûts relatives à votre produit / service: Il y a deux types de coûts pour chaque produit. Il y a les coûts directs et les coûts indirects.

- Les coûts directs = matières premières, le transport et l'emballage. Il s'agit des coûts correspondant à une unité d'un produit.
- Coûts indirects = frais, taxes, l'eau, l'électricité. Vous devez payer ces frais même si vous ne vendez aucune unité.
 - Utilisez vos dépenses d'une manière rentable: envisagez de comparer les prix en demandant des factures pour vos matières premières et de sélectionner le meilleur prix pour réduire les charges inutiles.
 - Changez vos habitudes d'achat: faire des achats pour votre entreprise n'est pas comme faire ses courses pour la maison.

Vous devrez envisager l'achat en gros au lieu d'acheter en petite quantité et planifier vos tâches commerciales au bon moment.

Histoire 1:

Altaf a une entreprise fabriquant des produits de la broderie, de la couture et de l'artisanat. Elle dispose d'une salle avec trois machines à coudre et à tisser, une table de coupe, et un placard de tissu. La chambre est reliée à sa maison. À un moment donné, elle a loué le magasin à côté de sa maison. Mais, le loyer était tellement cher, qu'elle installa à nouveau son entreprise à son domicile. Elle fabrique une grande variété de vêtements pour femmes, le linge de table brodés et des châles tissés. Elle achète les matières nécessaires selon son besoin. Elle achète un matériel différent presque chaque jour.

- Quelles sont les différentes dépenses d'Altaf?
- Comment peut-elle les réduire?

Organisation de la section (60 min)

Dans cette section, vous allez expliquer aux participantes comment ils peuvent gérer les coûts de leurs produits et de l'exploitation.

Histoire 1:

Demandez à une participante de lire l'histoire et ensuite menez une discussion pour avoir un feedback concernant:

- Quelles sont les différentes dépenses d'Altaf?
- Comment peut-elle les réduire?

Les coûts de production:

Les coûts de production sont tous les frais liés à la façon dont une entreprise fonctionne et ce qu'elle fait afin de remettre un produit entre les mains d'un client.

Il existe deux principaux coûts liés à votre production:

Les coûts directs	Les coûts indirects
<p>Il s'agit des coûts correspondant à la fabrication d'une unité d'un produit.</p> <p>Les coûts directs = matières premières, le transport et l'emballage, les rémunérations de la main-d'œuvre,...</p>	<p>Vous devez payer ces frais même si vous ne vendez aucune unité. Les coûts indirects sont ceux qui touchent la société toute entière, et pas seulement un produit</p> <p>Les coûts indirects = frais, prélèvements, l'eau, l'électricité, le loyer, les salaires des cadres.</p>

Organisation de la section (60 min)

Dans cette section, vous allez aider les participantes à comprendre et à calculer leurs coûts de production et définir leurs coûts directs et indirects.

Histoire 2:

Demandez à une participante de lire l'histoire et ensuite menez une discussion pour avoir un feedback concernant:

- Quels sont les coûts directs du groupe? Quels sont les coûts indirects?
- Comment le groupe peut réduire les coûts?

Exercice:

Demandez aux participantes de retourner à leurs groupes, pour définir les coûts de production de leur entreprise en séparant les coûts directs et indirects et en se basant sur leur idée d'entreprise. Demandez aux participantes d'écrire leurs réponses et de les garder, car ils en auront besoin pour les prochaines sections afin de déterminer leur stratégie de prix. Chaque groupe doit présenter leurs coûts de production. Pendant les présentations, orientez les participantes sur la façon de minimiser les coûts élevés et d'organiser leurs dépenses.

Histoire 2

Un groupe de femmes gère un restaurant dans le village, qui sert le petit déjeuner tous les matins. Elles servent également des boissons chaudes et froides toute la journée. Elles cuisinent à tour de rôle et chaque membre reçoit de l'argent pour acheter les ingrédients dont elle aura besoin. Chaque membre reçoit également le prix du ticket de bus pour la ville et de l'argent pour le déjeuner pendant le voyage. Presque chaque jour, un membre va acheter de la farine et d'autres ingrédients. Elles achètent de l'huile en détails du kiosque à côté du restaurant. Elles ont acheté également du sucre, du thé et des bouteilles de soda au kiosque et quand la nuit tombe plus tôt, elles achètent des bougies.

Calculer vos coûts de production est un aspect important de la production parce que:

- Il permet d'identifier les coûts qui sont trop élevés et qui peuvent être réduits;
- Il est possible de voir dans quelle mesure le coût total d'une organisation, d'une ligne de production, ou d'un processus peut être attribués à des éléments ou des activités particulières;
- Il est possible de faire des comparaisons entre les coûts des différentes activités;
- En sachant le coût nécessaire pour produire un article ou d'exercer une activité, il est possible de fixer le prix de l'article ou de l'activité.

L'estimation du coût est une activité de production essentielle, car elle vous indique ce que vous pouvez produire de manière rentable et ce qui fera une perte pour l'entreprise. L'estimation des coûts identifie également des domaines clés pour réduire la production provoquant des gaspillages.

Exercice 2:

Dans le restaurant des femmes, quels sont les coûts directs? Les coûts indirects?

Coûts directs	Coûts indirects
Boissons	Loyer
Ingrédients	Taxe de propriété
Ticket de bus	Services/bougies
Déjeuner	
Huile de cuisson	
Salaires	

Comment le groupe peut réduire les coûts?

Exercice 3: Définissez les coûts de production de votre entreprise en séparant les coûts directs et indirects. Utilisez le flux de trésorerie pour préparer votre budget fonctionnel.

Résumé du module:

Dans ce module les participantes explorent des questions fondamentales concernant les opérations commerciales, telles que:

- Quel est le budget de fonctionnement?
- Comment gérer les coûts des produits et les coûts de fonctionnement?
- Quels sont les coûts de production et comment les gérer?

Révision du module:

Donnez un aperçu général des sujets abordés dans ce module.

Pour les devoirs:

1 - Encouragez chaque participante à préparer la liste des dépenses pour sa propre entreprise, d'enquêter sur les coûts réels pour remplir la section 3 du **Business Plan** et l'outil de suivi des flux de production;

2 - Encouragez les participantes à définir leur coûts de production pour leur propre entreprise et déterminer les coûts directs et indirects pour chaque produit / service qu'ils ont l'intention de fournir. Les participantes devront définir la manière dont elles envisagent de réduire leurs coûts.

Module 5: Stratégie de Marketing

Les 5 P du Marketing :

Les entreprises ont besoin de marketing pour promouvoir leurs nouveaux produits et services et pour constituer une clientèle fidèle. La commercialisation de votre produit ou de votre service consiste à faire correspondre les avantages des produits aux besoins et aux désirs des clients. Vendez vos offres commerciales en communiquant la **valeur** de votre produit ou service à vos clients potentiels. Orientez le client vers la décision d'achat et garantisiez une transaction satisfaisante.

Le client est au cœur de toute entreprise prospère. Ainsi, un entrepreneur doit comprendre les besoins du client. Les quatre «P» du marketing sont vos décisions concernant le produit, la place (accessibilité/distribution), le prix et la promotion (communication). Cependant, ils tournent tous autour du cinquième « P » ou le premier «P» : Personnes (people) c'est à dire vos clients. Examinez ces éléments, au fur et à mesure que vous développez votre idée d'entreprise.

Dans ce module, les participantes apprendront les bases du marketing afin de préparer une stratégie de marketing pour leurs entreprises. Les objectifs d'apprentissage sont:

- Les bases de la commercialisation d'un produit ou d'un service;
- Exploration de la concurrence et la création d'activités de marketing en conséquence;
- Définir une stratégie de prix;
- Préparer des prévisions de ventes,
- La révision de l'analyse SWOT

Tout au long de ce module encouragez les participantes à remplir les sections 1 et 2 de leur plan Business en utilisant les compétences qu'elles ont apprises pendant les sections et via le guide d'élaboration du Plan Business.

Organisation de la section (60 min)

Dans cette section, vous allez initier les participantes au principe des 5 « P » pour commercialiser un produit ou un service.

Exercice 1:

Divisez les participantes en deux groupes.

Chargez le groupe 1 de travailler sur l'histoire n°1, on l'analysant à la lumière de ces questions:

Quel est le produit? Où va-t-elle le vendre? A qui va-t-elle le vendre? Comment a-t-elle fixé le prix? Comment a-t-elle attiré les clients? Comment a-t-elle planifié son entreprise ? où a-t-elle obtenu son idée? Est-ce que cette entreprise va être rentable? Expliquez pourquoi?

Chargez le groupe 2 de travailler sur l'histoire n°2, on l'analysant à la lumière de ces questions:

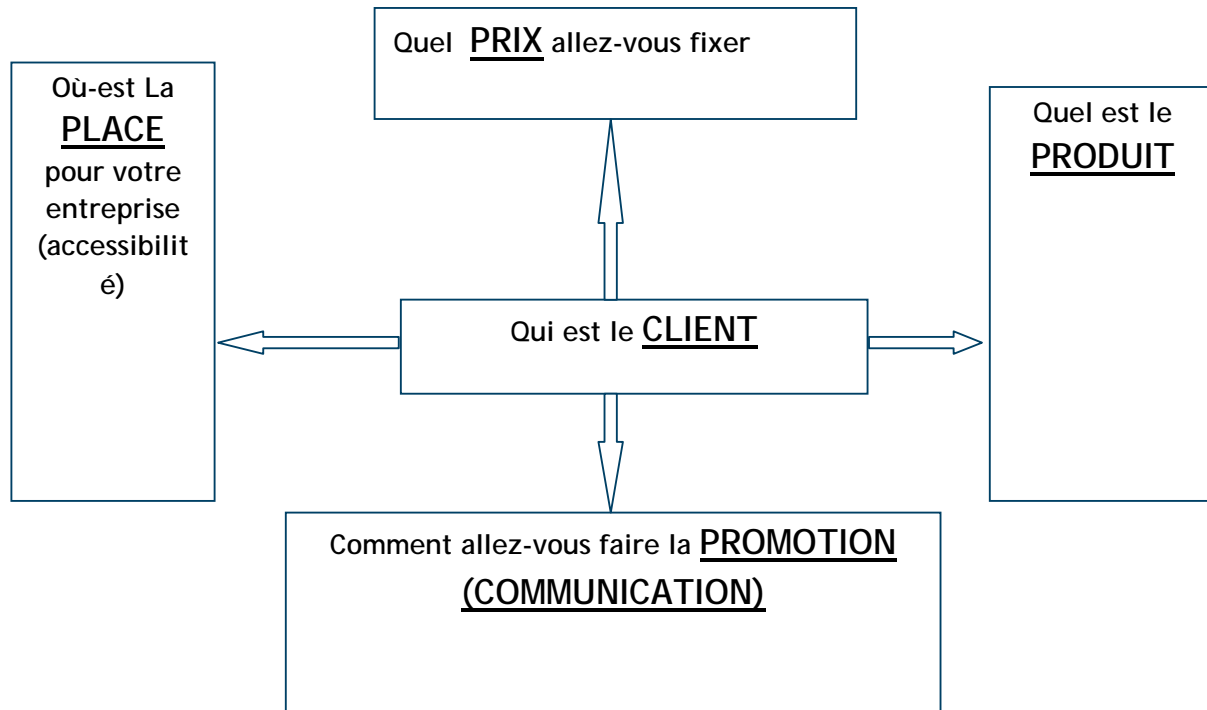
Quel est le produit? Où va-t-elle le vendre? A qui va-t-elle le vendre? Comment a-t-elle fixé le prix? Comment a-t-elle attiré des clients? Comment a-t-elle planifié de son entreprise? Où a-t-elle eu l'idée? A quel magasin préféreriez-vous acheter? Pourquoi? Est-ce que cette entreprise va faire des profits? Expliquez pourquoi?

Personnes	Qui sont mes clients? Qu'est-ce qu'ils aiment? De quoi ont-ils besoin? Est-ce qu'ils ont de l'argent pour acheter mon produit?
Produits	Comment puis-je fabriquer ou obtenir le produit? Répond-il aux besoins du client?
Place (accessibilité/distribution)	Où vais-je démarrer mon entreprise? Est-elle pratique pour le client? Quel chemin mon produit va emprunter pour parvenir au consommateur? Quel est Mon réseau de distribution? ma stratégie d'emplacement?
Prix	Combien cela va-t-il coûter pour apporter le produit aux clients? Combien vont-ils payer? Est-ce que je vais faire des profits?
PROMOTION	Comment vais-je informer les gens de l'existence de mon entreprise? Comment vais-je les attirer à mon entreprise? Comment vont-ils savoir que mon produit est meilleur que les autres?

Exercice 2:

Demandez aux participantes de retourner à leurs groupes et définir les 5 « P » de leur entreprise. Chaque groupe s'emploiera à les écrire et de les présenter sur un tableau.

Concluez cette section en donnant un bref aperçu des sujets et aspects traités.



Histoire 1:

Une femme décide d'ouvrir un atelier de fabrication de robes près de sa maison de banlieue. Elle décide de faire des robes de luxe que les femmes peuvent porter pour les fêtes et les mariages Quand elle était en ville elle avait remarqué que ces robes étaient les plus chers. Elle a donc pensé qu'elle pourrait faire de gros bénéfices, en les vendant. Pour maintenir ses coûts bas, elle a décidé d'ouvrir la boutique dans une pièce libre chez elle, même si elle vit à 2km du centre-ville. C'est peut-être un peu loin mais quand les gens auront vu les belles robes qu'elle portait, ils seraient ravis et viendraient acheter ses robes. En effet, elle était si occupée, qu'elle a demandé à sa cousine de travailler comme vendeuse. Sa cousine n'était pas très gentille avec les gens mais elle a su gérer la comptabilité. Elle savait qu'elle allait réussir.

Histoire 2:

Une autre femme décide d'ouvrir un atelier de fabrication de vêtements. Elle a pensé qu'elle avait besoin de chercher le genre et la qualité de vêtements que les gens portaient, et d'où ils provenaient. Ainsi, elle pourrait savoir si elle peut faire des vêtements de meilleure qualité à un meilleur prix. Finalement elle a décidé de fabriquer des uniformes scolaires de meilleure qualité que ceux proposés en ville et qu'elle de les vendre à un meilleur prix. Avant qu'elle ne commence, elle allait parler à sa famille et à tous ses amis et leurs demandez de parler de sa boutique à leurs connaissances. Puis, elle allait voir le maire, les instituteurs et les leaders religieux du village, parce qu'ils connaissaient tout le monde et ils pourraient recommander sa boutique. Elle avait aussi besoin de quelqu'un pour l'aider dans le magasin. Elle a cherché un bon vendeur qui sera respectueux avec ses clients. Elle veut faire des profits, mais elle a également l'intention de fournir des vêtements de bonne qualité et à des prix raisonnables.

Concurrence

Les entreprises qui offrent les mêmes produits ou des services similaires sont en concurrence pour les mêmes clients. Afin de prendre des décisions commerciales plus éclairées, l'entrepreneur doit connaître ses concurrents. Les entrepreneurs prospères sont ceux qui proposent quelque chose de différent et de mieux.

Ce qui vous différencie de vos concurrents sont vos compétences et vos ressources uniques en affaires, qui servent à mettre en œuvre des stratégies d'une manière plus efficace que la concurrence. Comprendre votre avantage concurrentiel est essentiel. C'est la raison pour laquelle vous êtes en affaires. C'est aussi ce que vous faites le mieux qui incite les clients à acheter votre produit / service au lieu de celui de votre concurrent.

Les concurrents sont dans votre marché au même moment et au même endroit que votre entreprise. S'ils ont plus de compétences, s'ils connaissent le marché mieux que vous ou s'ils travaillent plus, ils feront un meilleur produit à un coût plus bas et obtiendront plus de clients. En fin de compte, s'ils planifient mieux et satisfont mieux les besoins du client, ils feront plus de profit. Leur «avantage concurrentiel» peut être lié au produit ou au service.

Maintenant, vous devez développer un plan pour dépasser les concurrents. Vous devrez vous regarder vous-même et la concurrence avec une objectivité similaire:

- Quels sont mes avantages?
- Que fait mon entreprise le mieux?
- Quelles sont mes faiblesses?
- Comment mon entreprise peut-elle bénéficier de ses points forts ou exploiter les faiblesses de mes concurrents?

Histoire 3

Dans le marché de la capitale, il ya une longue rangée de boutiques de fleurs. Certains font des bouquets de saison, d'autres font des arrangements floraux pour les mariages, ou pour les hôtels. Il y a en fait peu de différence entre les vitrines. Cependant, une seule propriétaire fait la différence, pour deux raisons. La propriétaire accueille ses clients avec politesse et ses fleurs sont différents des autres et toujours frais. Ses arrangements sont beaux et décorées avec goût dans des bols et des vases chics.

Organisation de la section (90 min)

Lors de cette section, les participantes examineront des façons pour comprendre la concurrence et créer une stratégie de marketing à travers l'analyse SWOT.

Histoire 3:

Demandez à une participante de lire l'histoire et menez une discussion en demandant:

- Quel est l'avantage concurrentiel dans cette histoire?

Fournissez une évaluation de l'analyse SWOT et demandez aux participantes de retourner à leurs groupes pour répondre à l'exercice 3 et 4. Chaque groupe doit présenter son analyse SWOT et la concurrence sur le tableau.

Au cours de cette section, les participantes doivent remplir l'analyse de la concurrence et l'analyse SWOT sur les sections 2.1 et 2.2 de leur plan business pour l'idée d'entreprise du groupe et à la maison chaque participante doit remplir ces sections pour sa propre idée d'entreprise.

Analyse SWOT de votre entreprise:

Comme cité préalablement, une analyse SWOT est une étape essentielle pour votre planification stratégique et pour la planification de votre marketing. Une fois que vous trouvez vos forces, vos faiblesses, vos opportunités et vos menaces, et que vous les comprenez, commencez à préparer une façon d'accentuer vos points forts, de minimiser vos faiblesses, d'exploiter vos opportunités et d'éviter les menaces.

La méthode d'analyse SWOT

Forces	Faiblesses
<p>Pensez à vos points forts par rapport à vos concurrents et du point de vue de vos clients;</p> <p>Tout ce que le client veut que vous fournissez et que votre concurrent ne fournit pas, peut être une force possible;</p> <p>Comprendre vos points forts est la base de votre avantage concurrentiel. Déterminez ce que vous faites le mieux et faites le davantage;</p> <p>Assurez-vous de communiquer votre avantage concurrentiel dans le monde dans tous vos supports marketing.</p>	<p>L'identification de vos faiblesses vous donne une idée de ce que vous pourriez vouloir travailler;</p> <p>Une faiblesse peut être l'absence de certaine force, comme un manque de protection par brevet, un mauvais emplacement ou un produit de mauvaise qualité.</p> <p>D'autres faiblesses peuvent inclure : la mauvaise réputation, le manque d'accès à la distribution, ou le manque de savoir-faire. En énumérant vos faiblesses, soyez toujours précis et clair.</p>
Opportunités	Menaces
<p>Identifier les opportunités potentielles est très important pour la croissance et la réussite de votre entreprise.</p> <p>Profiter des nouvelles tendances du marché vous offre les plus grandes chances de succès et de profits.</p>	<p>Considérer les menaces avant qu'elles ne surviennent vous permettra de créer une bonne protection.</p> <p>Les menaces peuvent provenir de l'évolution du marché, d'un concurrent qui lance un nouveau produit, ou des changements technologiques qui rendent un produit obsolète.</p>

Rappelez-vous que pendant la phase de lancement de votre entreprise, il est conseillé d'effectuer une analyse SWOT tous les trois ou quatre mois, pour voir si vous pouvez améliorer vos profits. L'analyse SWOT de votre entreprise doit être un processus continu durant le lancement de votre entreprise pour ajuster le plan business et pour maintenir un bon fonctionnement.

L'utilisation créative de l'analyse SWOT doit répondre aux questions suivantes:

- 1 - Comment pouvez-vous utiliser vos points forts de manière efficace pour votre entreprise?

- 2 - Comment pouvez-vous arrêter chaque faiblesse? Y a-t-il des options pour les remplacer?
- 3 - Comment pouvez-vous exploiter chaque occasion pour faire croître votre entreprise
- 4 - Comment se défendre contre chaque menace?

Exercice 3:

Préparez votre analyse SWOT

Forces	Faiblesses
Opportunités	Menaces

Exercice 4:

Expliquez votre analyse SWOT et votre analyse de la concurrence:

- 1 - Qui sont vos concurrents? Quel est votre avantage concurrentiel? Comment pouvez-vous exploiter les faiblesses des concurrents?
- 2 - Comment pouvez-vous utiliser vos points forts de manière efficace pour votre entreprise?
- 3 - Comment pouvez-vous arrêter chaque faiblesse? Y at-il des options pour les remplacer?
- 4 - Comment pouvez-vous exploiter chaque occasion pour faire croître votre entreprise
- 5 - Comment se défendre contre chaque menace?

La stratégie de tarification

Lorsque vous préparez votre stratégie de tarification, vous devez prendre en considération trois éléments principaux:

- 1 – Le prix de la concurrence,
- 2 - Les coûts directs et indirects, et
- 3 - Ajouter un pourcentage de profit de 10%, 20% ...

La détermination du prix est essentiellement une négociation. Vous devez faire un profit pour couvrir vos dépenses et gagner un salaire correct. Votre client doit croire que son achat lui fournit de la valeur.

Vous devez savoir:

- Combien ça coûte de faire et de livrer le produit ou le service à la clientèle?
- Quel est le prix proposé par la concurrence?
- Pourquoi le produit ou le service a-t-il de la valeur pour le client? Quel prix, va-t-il payer?

Remarquez que le coût du produit n'est pas le prix pour le client. Votre prix doit être supérieur à vos dépenses pour soutenir votre entreprise.

Organisation de la section (90 min)

Dans cette section, vous présentez la stratégie de tarification. Vous pouvez commencer cette section par une discussion de groupe en posant aux participantes la liste de questions ci-dessous afin de déterminer la façon de fixer un prix pour un produit. Ensuite, vous pouvez passer à l'explication des éléments de base pour définir une stratégie de tarification.

Exercice 5:

Demandez aux participantes de retourner à leurs groupes pour définir leur stratégie de tarification pour le produit / service?

Pour faire cet exercice, rappelez aux participantes de retourner à leurs coûts de production qu'elles ont défini dans les sections précédentes. Encouragez les participantes à compléter la tarification dans la section 2.5 de leur plan business.

Discussion de groupe:

Comment voulez-vous fixer le prix de votre produit / service?

Que devez-vous savoir?

Comment pourriez-vous obtenir l'information dont vous avez besoin?

Quel service et / ou amélioration des produits augmenterait la valeur?

Prévisions de ventes

Dans la section précédente, vous avez défini vos prix. Dans cette section, les participantes devraient commencer à compter le nombre de leurs clients et la quantité que chaque client achèterait.

La prévision des ventes de l'entreprise se fait à ce stade précoce, dans le cadre de la stratégie de marché, pour tester la viabilité de l'idée d'entreprise. Par la suite, les premières prévisions seront affinées par rapport aux dépenses pour assurer que l'entreprise réalise un profit. Tout au long de l'opération les prévisions seront régulièrement examinées afin de mesurer les activités actuelles et de planifier les opérations futures.

Qu'est-ce qu'une recette de vente ?

Les recettes égalent Le Prix de l'unité X Quantité Vendu

Exemple de recettes:

- Produit: 200 Unités X 12 \$ = 2400 \$

- Service: 100 unités 20 * \$ = 2000 \$

Est-ce que les **revenus** sont la même chose que les **bénéfices**?

Non, regardez les deux équations. Quelle est la différence?

Revenu = Recettes, sans soustraire les frais

Profit = recettes - dépenses

Organisation de la section (90 min)

Dans cette section, vous aiderez les participantes à définir et calculer les prévisions de vente.

Exercice 4:

Demandez aux participantes de rejoindre leurs groupes et définir leurs prévisions de ventes. Si possible, encouragez chaque groupe à utiliser leurs modèles de prévisions de ventes sur un ordinateur.

Demandez à chaque groupe de présenter ses réponses sur un tableau

Si les prévisions de recettes initiales ne promettent pas de pérenniser l'entreprise et de soutenir le propriétaire, le Plan Business peut être révisé. Il est préférable de faire cet ajustement au début du processus de planification.

Si les prévisions ne soutiennent pas une entreprise rentable, cela ne signifie pas que l'idée de la création d'entreprise doit être abandonnée. Cela signifie que l'entrepreneur a une planification supplémentaire à faire. Le produit devra t-il être altéré? La ligne de produit ou de service devra t'elle être étendue pour attirer plus de clients? Y a t-il des économies dans les coûts des matériaux achetés ou le fonctionnement de l'entreprise? Le prix peut-il être augmenté? La promotion peut-elle atteindre de nouveaux clients plus efficacement? Comment l'entrepreneur peut-il tirer le meilleur parti de son opportunité d'affaires?

Pendant la section, les participantes doivent remplir la fiche de prévision des ventes. Demandez aux participantes de garder leur fiche de prévision des ventes car ils devront l'utiliser pour les sections à venir pour le calcul des profits et des pertes.

Des exemples de bénéfices:

Si le total des recettes des produits vendus sont de 2400 \$ et la charge d'unité de production est de 8 \$

- Produit: $2400 \$ - (8 \$ \times 200 \text{ unités}) = 800 \$$

Recettes - Dépenses = Profit

Si les revenus totaux des services vendus sont de 2000 \$ et les frais du service est de 15 \$

- Service: $\$ 2000 - (\$ 15 \times 100 \text{ unités}) = 500 \$$

Recettes - Dépenses = Profit

Exemple : prévoyez les recettes des ventes pendant un mois:

Description	Janvier
Clients (qui achètent le produit)	100
L'habitude d'achat (Unité vendu, quantité)	2
Le prix de l'unité	12
Les recettes de vente	2400
Les dépenses	1600
Profit	800

Pour prévoir les prévisions de ventes, l'entrepreneur doit identifier:

- Les clients
- Les habitudes d'achat
- Le prix de l'unité

Les clients:

Il y a une population dans le milieu commerciale qui pourrait devenir des clients de l'entreprise. Cependant, il y a fort probablement un segment qui sera plus intéressé par le produit ou le service lui-même. Le segment peut être défini en fonction du sexe, de l'âge, de l'éducation, ou des intérêts. Ce segment a probablement des choix. Ils peuvent être très intéressés par la nouvelle entreprise ou bien ils peuvent être très satisfaits par un

concurrent. Un certain pourcentage passera à la nouvelle entreprise mais pas tous. Définir et compter le client cible de manière réaliste est la première étape dans votre prévision.

L'habitude d'achat:

Les clients peuvent acheter un produit ou un service une fois ou de façon répétée. Ils peuvent répéter leurs achats quotidiennement, mensuellement ou annuellement. Définir l'habitude d'achat édifie l'estimation de la quantité vendue.

Prévoir les ventes de l'entreprise se fait à l'avance, dans le cadre de la stratégie de marché, comme un test de la viabilité de l'idée d'entreprise. Par la suite, les premières prévisions seront affinées par rapport aux dépenses pour assurer que l'entreprise réalise un profit. Tout au long de l'opération les prévisions seront examinées régulièrement afin de mesurer les activités actuelles et de planifier les opérations futures.

Le prix doit être conforme à la valeur du produit pour l'acheteur. Le prix doit aussi être réaliste, compte tenu des prix connus de la concurrence. Enfin, les prix doivent couvrir les frais de l'entreprise. Le prix choisi par unité est multiplié par la quantité vendue pour estimer le chiffre d'affaires.

Exercice 5:

Préparez vos prévisions de ventes en répondant aux questions ci-dessous et en remplissant votre modèle de prévision des ventes.

Quel est le total des clients dans votre communauté?

Y a-t-il un segment (ou des segments) de personnes qui sont les plus susceptibles d'être des clients ?

Qui sont ces clients cibles potentiels dans votre zone commerciale?

Combien environ y a-t-il de clients potentiels?

De façon réaliste, combien pourraient être des clients de l'entreprise?

Quel est leur habitude d'achat? Combien d'unités vont-ils acheter dans un mois?

Quel est le prix le plus probable?

Quel est le chiffre d'affaires?

Stratégie de marketing:

Votre stratégie de marketing doit répondre à la question: Comment allez-vous amener le consommateur à acheter votre produit ou service plutôt que celui de quelqu'un d'autre ?

Les questions fondamentales sont les suivantes:

- 1 - Qui est votre public cible?
- 2 - Comment allez-vous répondre à leurs besoins?
- 3 - Qu'est-ce qui vous différencie de la concurrence?
- 4 - Comment allez-vous faire connaître votre entreprise à vos clients?

Organisation de la section (120min)

Dans cette section, vous allez orienter les participantes à planifier leur stratégie de marketing pour leurs entreprises. Les participantes devront examiner les sujets abordés au cours des sections précédentes et qui forment les éléments de base pour élaborer une stratégie de marketing.

Les activités pour cette section peuvent être planifiées comme suit:

- 1 - Lisez l'histoire de Lina et répondez aux questions de marketing dans l'exercice;
- 2 - Identifiez un expert en marketing et stratégie de marque de votre communauté pour venir parler aux participantes de l'importance d'un marketing efficace pour le lancement et la croissance d'une entreprise.

Après avoir terminé les activités de cette section, les participantes devraient examiner:

- Leur idée d'affaires et les 5 « P »,
- La concurrence,
- Leur budget de fonctionnement d'entreprise en incluant les dépenses de marketing,
- Leurs coûts de productions,
- Leur stratégie de prix et les prévisions de ventes.

Les participantes doivent revoir leur Plan business et les outils financiers à la lumière de cette section.

Cette section peut être une bonne occasion pour les participantes d'examiner, de présenter leurs stratégies de marketing et de recevoir des commentaires du groupe.

L'histoire de Lina /Qualifications: Licence en géographie

Etat civil: célibataire

Âge: 34

Type de projet : Distillation, et fabrication de parfum et d'encens

Lina est née à Aden où elle fait ses études universitaires. Lina a envisagé de déménager à Sanaa dans le but de trouver un meilleur emploi et d'être indépendante. Quand elle a déménagé à Sanaa avec ses collègues, elle a commencé à travailler dans une entreprise privée, puis au Comité National des Femmes.

Lina a un sens aigu de l'odorat, comme elle sent les choses que les autres ne peuvent pas sentir parfois. Elle aime les fleurs et cet amour l'a amenée à commencer à distiller des parfums.

Elle a commencé son expérience en distillant des parfums naturels avec ses collègues de travail. Lina peut connaître les ingrédients des parfums de ses collègues rien qu'en les sentant. Un jour, un de ses amis l'a défié de faire le même parfum qu'elle portait (Escada). Lina a relevé le défi. Elle a commencé à travailler sur la combinaison de plantes et de fleurs naturelles et elle a fait le même parfum. Ceci a surpris ses collègues, mais ils ont commencé à l'encourager de créer sa propre entreprise.

Lina a donc fait une étude préliminaire pour connaître les frais du projet. Le coût initial était de 7 millions de riyals (\$ 35,000). Elle avait fait quelques économies, mais ce n'était pas suffisant pour démarrer le projet. Par conséquent, elle est allée aux bureaux des petites entreprises pour prendre un prêt de 3 ou 4 millions de Riyals. Le bureau lui a offert un simple prêt de 600 mille Riyals et ce n'était tout simplement pas suffisant. Après le remboursement du premier prêt, elle en a demandé un autre, mais le bureau a refusé. Elle a essayé de visiter de nombreux autres bureaux, mais il n'y avait pas de réponse. Cependant, elle a décidé de s'appuyer sur elle-même et d'utiliser les simples outils qu'elle possédait.

Un jour, un de ses collègues l'a présenté à l'institution (SIMP) qui soutient les petites entreprises. Ils cherchaient quelqu'un pour faire un Nad 100% naturel (un type d'encens) pour une société suisse détenue par une femme d'affaires suisse. Ils lui ont demandé de faire un échantillon de Nad. Alors elle a travaillé dur pendant une semaine pour leur livre l'encens. Après peu de temps, Lina a reçu l'approbation de l'échantillon par l'institution et elle a commencé à préparer 10 000 paquets de Nad naturel. Ce fut son premier contrat.

Après cela, Lina a participé à une exposition à Oman, où elle a vendu beaucoup de ses parfums naturels et de ses autres produits. Elle a utilisé l'argent qu'elle a gagné pour acheter des matières premières en grandes quantités, mais ils ont été accidentellement envoyés en Jordanie. Elle ne pouvait pas les récupérer à cause du manque de coopération des organismes officiels. Cela a causé une grande perte à Lina par ce que les matériaux étaient abîmés et elle a obtenu peu d'argent à titre de compensation.

Lina a travaillé à la maison et les outils qu'elle a utilisés étaient très simples, elle a aussi planté des fleurs et des herbes aromatiques dans le jardin de la maison. Elle a une équipe de 6 garçons et de 6 filles pour l'aider dans les différentes tâches de son entreprise, cependant, elle est la seule à préparer les ingrédients et les parfums.

Commercialisation

Au début, Lina a commercialisé ses produits à travers ses amis et sa famille. Elle savait que, puisque tous ses produits sont 100% naturels, ils coûteraient beaucoup d'argent. Par conséquent, elle devait les vendre à des prix élevés que peu de gens peuvent se permettre. Lina est donc allée au ministère du Tourisme pour expliquer à la ministre que ses produits sont des produits Yéménites naturels que le ministère pourrait utiliser comme cadeaux pour les visiteurs étrangers. La ministre a accepté et a commencé à acheter et à promouvoir ses produits à d'autres ministères. Cela a rendu ses produits bien connus dans les ambassades étrangères qui ont commencé à passer des commandes directement chez elle.

A travers des voyages en dehors du Yémen, Lina a fait la connaissance de différentes cultures et personnes et elle savait que certaines personnes utilisent une sorte de Nad dans les églises. Ainsi, elle a pensé à faire ce Nad et a commencé à le promouvoir et à le vendre à des étrangers et à des églises à l'étranger. Elle a également établi de bonnes relations avec de nombreux étrangers qui sont intéressés par les parfums naturels et Nad.

Comme un autre moyen de marketing, Lina a fait des emballages de Nad avec son nom et son logo afin que les clients puissent la connaître davantage et être familier avec son nom. Lina sait que la chose la plus importante pour augmenter la satisfaction de ses clients est sa compétence et la qualité du produit.

Expérience:

Lina a acquis beaucoup d'expérience tels que:

1. Comment traiter et communiquer avec des gens de milieux différents.
2. Comment gérer le projet et assurer sa pérennité.
3. Lina a travaillé comme bénévole dans de nombreuses pépinières pour acquérir de l'expérience dans le processus de plantation, les types d'arbres et de fleurs et la façon dont ils prolifèrent. Cela l'a aidé à planter son propre jardin avec des herbes et des fleurs
4. Lina a également pris des cours dans le processus de distillation en Syrie et en Allemagne.

Le développement du projet:

Après 6 ans de travail dans la fabrication de parfums et produits d'encens, Lina est devenue célèbre dans le marché étranger et ses taux de ventes ont augmenté. Elle a étendu son travail pour y inclure les cosmétiques ainsi que quelques-unes des œuvres traditionnelles, telles que les peintures et les antiquités. Elle a également acheté un terrain pour planter ses herbes et ses fleurs. Lina est en train d'étudier la possibilité d'ouvrir une entreprise pour cibler le marché yéménite à des prix abordables pour les consommateurs yéménite. Elle est devenue membre du Conseil Yéménite des femmes d'affaires et membre de la Fédération yéménite des femmes investisseurs arabes.

Lina recommande aux femmes qui souhaitent se lancer dans une entreprise d'être:

1. Autonome,
2. Faire preuve de diplomatie pour traiter avec les gens,
3. être déterminée et ne jamais désespérer,
4. Elle croit que les raisons de son succès sont du à sa compétence et à son honnêteté.
5. Il faut étudier le marché et connaître l'endroit approprié où vous pouvez travailler et réussir,
6. Évaluez-vous en fonction de vos talents, de vos capacités et choisissez ce que vous voulez,
7. Soyez conscient de ce qui se passe autour de vous,
8. Étudiez le marché avant de prendre n'importe quelle étape,
9. Pour être une femme d'affaires, vous devriez être un bon comptable, gestionnaire et diplomate dans les rapports avec autrui. Pensez à des cours / formations que vous devez prendre avant de commencer le projet, (finance, gestion, administration...)

Exercice:

En petits groupes, lisez l'histoire de Lina et répondez à ces questions :

- Quelle est la particularité des parfums de Lina? (des parfums naturels et des produits d'encens)
- Quel était le problème qu'elle a rencontré dans son marché? (Ses produits sont 100% naturels et coûteux)
- Quelle a été sa stratégie de marché? (Elle est allée au Ministère du tourisme Elle a choisi le ministère comme une clientèle cible. Remarque:.... Elle n'a pas baissé son prix, elle n'a pas changé son produit, elle aurait pu, mais elle a choisi de se rendre au ministère) (Elle a également conçu un emballage avec son nom et son logo. Cela favorise son produit.)

Résumé du module:

Dans ce module, les participantes ont été introduites à l'essentiel du marketing des entreprises. Les questions qui ont été abordées, avec le client comme un élément central de tout effort de marketing inclus:

- Comment commercialiser un produit ou un service?
- Comment se démarquer de la concurrence?
- Comment faire une analyse SWOT?
- Comment mettre en place une bonne stratégie de tarification?
- Comment et pourquoi préparer des prévisions de ventes?

Révision du module:

Donnez un aperçu général des sujets abordés au cours de ce module. Tout au long du module, les participantes doivent examiner et finaliser:

- Leur idée d'affaires et les 5 « P »
- La concurrence,
- Leur budget de fonctionnement d'entreprise, en incluant les dépenses du marketing,
- Leurs coûts de production,
- Leur stratégie de tarification et de prévision des ventes.

Devoirs:

1 - Remplir les sections 1 et 2 de leur plan d'affaires pour leur propre idée d'entreprise en utilisant les compétences qu'ils ont acquises au cours des sections et sur les fiches du Business Plan.

2 - Préparer leur stratégie de tarification et de prévision des ventes et compléter leur outil de prévision des ventes,

Module 6: La stratégie de communication

Stratégie de communication

Comment promouvoir, faire connaître et faire apprécier tout l'engagement et la créativité que recèle votre entreprise ? **Une seule voie : bien communiquer. Les objectifs de votre communication externe doivent être centrés sur la promotion de votre produit ou de votre service et doivent construire votre image de marque.**

Logo : principal composant de l'image de marque

A qui appartiennent ces logos ?



Si ces logos sont facilement reconnaissables pour pratiquement tout le monde c'est qu'ils sont l'aboutissement d'un long processus de communication mis en œuvre par des entreprises qui se sont employé à bâtir leur image de marque. Le logo est donc le premier contact de l'entreprise avec ses clients. Il faut savoir le soigner et le valoriser au fil des années. Lors de sa conception, il doit traduire les valeurs, l'originalité ou l'apport de l'entreprise. Il doit également être facilement mémorisable.

En effet derrière la notoriété des logos des certaines entreprise internationales, il y a tout un travail de longue haleine de communication et de promotion.

Organisation de la section (60 min)

Cette section est dédiée à:

- l'initiation des participantes à l'importance vitale de la communication dans la promotion des activités commerciales;
- l'explication des trois niveaux de la stratégie de communication :
 - Stratégie de communication
 - Plan de communication
 - Action de communication

Exercice 1

Identifiez deux exemples de logos (dont un avec un slogan) et apportez des photos à partager avec la classe. Ceux-ci devraient être des marques bien connus dans votre pays.

Exercice 2

Demandez aux participantes de retourner à leurs groupes de 4 et de définir les trois niveaux de leur Stratégie de communication en remplissant les tableaux et en se basant sur les exemples cités dans cette section.

Il est nécessaire pour votre entreprise de tisser des relations durables de communication avec son environnement à savoir vos clients, vos prospects et le marché dans lequel vous évoluez.

La stratégie de communication définit l'approche et la démarche globale adoptée par l'entreprise en matière de communication. Néanmoins le déploiement de cette stratégie passe par trois niveaux essentiels :

Les étapes les plus importantes pour préparer une stratégie de communication sont:

La stratégie de communication : communication à long terme, qui définit l'approche et la démarche qui seront adoptées par l'entreprise en matière de communication

- **Diagnostic** : recueillir et analyser les données nécessaires pour votre communication (les pratiques médiatiques, monographie de médias, les coûts, modes de consommation, comportements des clients, communication de la concurrence...)
- **Objectif** : Précisez vos objectifs en répondant aux questions suivantes : qu'est ce j'attends de la communication : lancement de mon entreprise ? vendre un produit ou un service ? construire une image de marque ? communication de crise ?
- **Positionnement** : quelle image souhaitez-vous donner à votre entreprise ? (qualité et luxe, pas cher mais de bon qualité, produits pour jeunes)
- **Cible** : votre principale cible est bien évidemment les clients potentiels, mais n'oubliez pas que pour pouvoir les toucher, il est important de passer par les relais de communication, principalement les journalistes, les leaders d'opinion et vos partenaires
- **Outils de communication** : médias classiques (presse, cinéma, radio, télévision, affichage), hors médias (marketing direct, Publicité sur lieu de vente (PLV), événementiel, mailing), médias sociaux.

Exemple de Stratégie de Communication pour la promotion d'un Produit de Terroir

Diagnostic	Connaitre, identifier les journalistes spécialistes, les journaux dans la communauté...
Objectif	Faire connaitre l'entreprise Fidéliser les clients Positionner notre produit comme une référence
Positionnement	Image de marque= produit bio, en harmonie avec la nature, fruit d'une économie solidaire
Cible	Clients= cœur de cible Les journalistes= le relais Les partenaires= les fournisseurs/ les acteurs institutionnels
Les outils de communication	Les médias classiques Hors média Média Sociaux

Plan de communication : communication moyen terme, qui concerne la mise en œuvre d'un plan d'action annuel en générale. Il constitue la concrétisation des principes et orientations de la stratégie de communication.

- **Objectif** : Précisez les objectifs que vous voulez atteindre au titre d'une année selon les priorités dégagées par le Plan business.
- **Cible** : vos cibles varieront en fonction des objectifs tracés. Ainsi si l'importance est accordée dans votre plan à la promotion de votre entreprise au sein des médias sociaux, votre cible sera à l'évidence la communauté en ligne
- **Outils de communication** : sachez faire l'équilibre nécessaire entre les différents médias selon votre budget, votre cible et vos priorités (voire stratégie de communication).
- **Budget** : sachez tirer le meilleur profit des hors médias et médias sociaux caractérisés par leur bas coût

Exemple de plan de communication

Objectif	Faire connaître l'entreprise
Cible	Journalistes et fournisseurs
Outils de communication	Identité visuelle= brochure, blog, logo,...
budget	Dépense liées au plan de communication annuel. sachez tirer le meilleur profit des hors médias et médias sociaux caractérisés par leur bas coût

Action de communication : communication à court terme. Elle concerne un évènement, une action précise (lancement de l'entreprise, promotion, lancement d'un nouveau produit, communication autour d'une crise)

- **Objectif** : généralement une action de communication est organisée autour d'un seul objectif tel que le lancement de l'entreprise, la promotion d'un nouveau produit ou la communication autour d'une crise
- **Cible** : de façon générale ce genre de communication accorde un intérêt particulier aux journalistes en tant que relais pour divulguer l'information
- **Outils de communication** : médias classiques (presse, cinéma, radio, télévision, affichage), hors médias (marketing direct, Publicité sur lieu de vente PLV, évènementiel, mailing), médias sociaux.

- **Médias planning** : l'usage graduel des médias dans la gestion de votre action de communication (lancement, rappel, le jour J) est très important ainsi que la diversification des supports. donnez la priorité aux outils de promotion pour le lancement de votre entreprise (site, flyers)
- **Budget** : sachez tirer le meilleur profit des hors médias et médias sociaux caractérisés par leur bas coût

Exemple de plan d'Action de communication

Action	Organisation d'une réception pour le lancement officiel du produit																																																										
Cible	Les journalistes																																																										
Outils de communication	médias classiques (presse, cinéma, radio, télévision, affichage), hors médias (marketing direct, Publicité sur lieu de vente PLV, évènementiel, mailing), médias sociaux																																																										
Média Planning Modèle Média Planning	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Outil</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>6</th> <th>7</th> <th>8</th> <th>9</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Communiqué</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dossier Presse</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> </tr> <tr> <td>Insertion Blog</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Annonce Radio Locale</td> <td>x</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>x</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>									Outil	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Communiqué	x					x				Dossier Presse									x	Insertion Blog				x	x					Annonce Radio Locale	x						x		
Outil	1	2	3	4	5	6	7	8	9																																																		
Communiqué	x					x																																																					
Dossier Presse									x																																																		
Insertion Blog				x	x																																																						
Annonce Radio Locale	x						x																																																				
Budget	Les dépenses liées à la communication de l'action/ l'évènement																																																										

Quelle est la différence entre : une Stratégie de communication, un Plan de communication et une Action de communication ?

Stratégie de communication : communication à long terme, qui définit l'approche et la démarche qui seront adopter par l'entreprise en matière de communication

Plan de communication : communication moyen terme, qui concerne la mise en œuvre d'un plan d'action annuel en générale

Action de communication : communication à court terme. Elle concerne un évènement, une action précise (lancement de l'entreprise, promotion, lancement d'un nouveau produit, communication autour d'une crise)

Exercice 2 :

Définissez les 3 niveaux de votre stratégie de communication :

- Stratégie de communication

Diagnostic	
Objectif	
Positionnement	
Cible	
Les outils de communication	

- Plan de communication

Objectif	
Cible	
Outils de communication	
budget	

- Action de communication

Action									
Cible									
Outils de communication									
Média Planning									
Modèle Média Planning									
Outil	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Communiqué									
Dossier Presse									
Insertion Blog									
Annonce Radio Locale									
Budget									

Petites astuces pour des grandes réussites en matière de communication :

- **Relations presse** : les journalistes sont votre premier allié pour toucher vos cibles. Sachez comment tisser de bonnes relations professionnelles avec eux, et ce à travers l'information permanente, complète, fiable et simplifiée
- **Le ton de la communication** : vos cibles ne sont pas forcément des spécialistes dans votre domaine d'activité. Opter pour un style de communication simple et vulgarisé. Soyez pédagogue et rappelez sans cesse vos objectifs et vos valeurs.
- **L'engagement social** : une entreprise socialement responsable et engagée est digne de respect. Valorisez votre engagement social.
- **Objets de communication** : c'est des petits objets de tous les jours (tapis souris, clés USB, casquette, tasse de café, t-shirts, stylos) qui portent de logo de votre entreprise et que vous offrez à vos clients. Grâce à ces petits objets vous gagnerez en visibilité et surtout vous serez toujours présent dans le quotidien de vos clients.

Les TIC et les médias sociaux au service de votre communication

Les entrepreneurs peuvent choisir parmi une variété d'outils pour renforcer leur plan de communication externe en fonction de leurs ressources, la nature de leurs activités et de leurs compétences.

Les technologies de l'information et de la communication (TIC)

Vous pouvez soutenir votre entreprise et son plan de communication externe grâce à l'utilisation des technologies de l'information et de la communication (TIC).

Les TIC comprennent les e-mails, les télécommunications et l'Internet, et impliquent l'utilisation des ordinateurs, des téléphones, des télécopieurs et des photocopieurs, et une variété d'appareils de communication mobiles. Ils comprennent également l'utilisation de logiciels tels que les systèmes de gestion du contenu qui est un programme informatique qui permet la publication, l'édition et la modification du contenu et de la gestion de nombreuses autres tâches sur un site Web.

Au cours de cette section, vous aurez besoin de présenter les différents outils que les participantes peuvent utiliser pour renforcer leur plan de communication pour leurs entreprises.

Exercice 3:

Menez une discussion avec les participantes concernant les types d'outils de médias sociaux et des TIC qu'elles ont l'intention d'utiliser pour renforcer leur plan de communication, construire leur image de marque et atteindre leurs objectifs de marketing.

" Les technologies de l'information et de la communication (TIC) fournissent aux entreprises des supports de communication essentiels pour rester compétitif dans l'économie locale et mondiale. Selon l'enquête du « US Census TIC », les entreprises américaines ont dépensé 296,3 millions de dollars en équipements TIC en 2008 "

Lire la suite sur: [Le rôle des TIC dans la communication d'entreprise | eHow.com
http://www.ehow.com/facts_7473879_role-ict-business-.communication.html#ixzz28qIX5Ekf](http://www.ehow.com/facts_7473879_role-ict-business-.communication.html#ixzz28qIX5Ekf)

Les TIC permettent à l'entrepreneur de renforcer l'efficacité de l'entreprise par:

- La facilitation de la communication avec les clients,
- La fourniture d'un support pour la publicité, et
- La réception d'informations précieuses concernant les besoins des clients et des idées pour progresser,

Comme vous avez l'intention d'intégrer des outils de TIC dans votre entreprise, assurez-vous que:

- Vous avez une bonne infrastructure, et
- Des compétences de formation et de connaissance

Utiliser les médias sociaux

Intégrer l'outil des médias sociaux, pour faire connaître votre produit / service et communiquer avec vos clients potentiels, est vitale pour votre entreprise. Les médias sociaux sont un moyen simple et gratuit pour promouvoir votre entreprise. Les entrepreneurs s'aperçoivent que le marketing des médias sociaux est en train de devenir un moyen important pour stimuler la croissance des entreprises. Alors que l'idée d'utiliser des outils gratuits pour attirer des clients peut être très attrayante, les entrepreneurs doivent savoir que ces outils prennent également du temps et requièrent de l'engagement.

Gérer votre présence sur les médias sociaux peut être une tâche très accablante. Toutefois, en choisissant les outils qui vous conviennent le mieux, vous pouvez facilement gérer une présence en ligne efficace là où vos clients cibles se trouvent.

Certains outils de médias sociaux sont parfaits pour promouvoir vos produits ou services à un large public, y compris votre client cible potentielle. D'autres outils sont mieux utilisés pour générer des informations et recueillir des données concernant les besoins de votre client et ses demandes spécifiques ainsi que des données sur la concurrence. S'ils sont utilisés correctement, les réseaux des médias sociaux peuvent vous différencier de la concurrence, si vous offrez un contenu attrayant et une approche unique au service du client. Cela va vous aider à construire une image de marque efficace.

Tout d'abord, sélectionnez les outils de médias sociaux qui sont les plus convenables pour votre entreprise. Ensuite, évaluez vos compétences dans les médias sociaux afin de déterminer les compétences que vous devez améliorer. Il ya beaucoup de moyens qui peuvent vous aider à améliorer vos compétences dans les médias sociaux:

- De précieuses ressources gratuites disponibles en ligne,
- Des possibilités de formation offertes par des ONG,

Un autre bon moyen sera d'engager des stagiaires et des bénévoles qui maîtrisent les outils des Médias sociaux pour vous renseigner et vous aider à les utiliser efficacement.

Une fois que vous améliorez vos compétences dans ce domaine, vous aurez besoin de concevoir une stratégie de médias sociaux pour votre entreprise afin de booster votre marketing et votre stratégie de communication.

Vous aurez besoin de passer une heure par jour seulement pour donner votre avis à vos visiteurs en ligne ou pour publier un nouveau contenu ou une mise à jour. Au fur et à mesure que l'entreprise grandit, vous pouvez déléguer cette tâche à un ou plusieurs de vos employés ou embaucher, à long terme, un gestionnaire de communauté en ligne (community manager). Vous devez vous rappeler que le facteur le plus important, pour avoir une présence réussie dans les médias sociaux de votre entreprise, est la cohérence de vos actions et de votre contenu.

Les outils de médias sociaux les plus efficaces pour votre entreprise

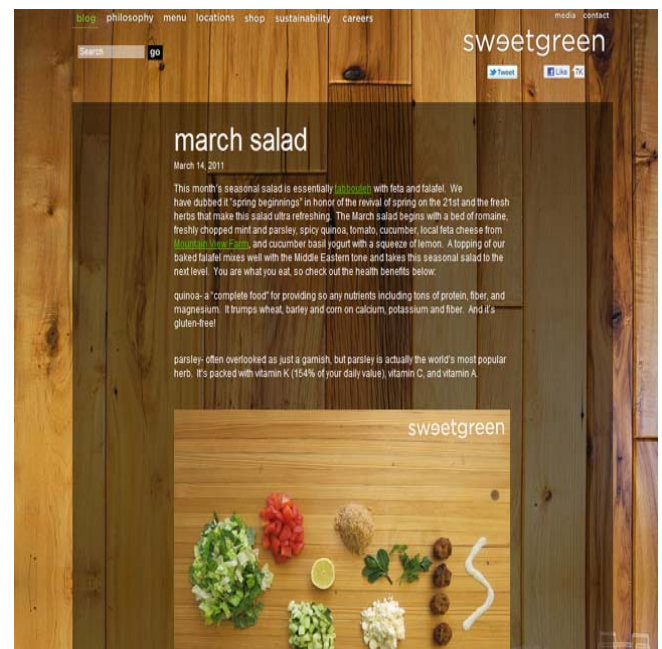
- **Blogs:** vous pouvez utiliser un blog pour promouvoir vos produits / services et pour attirer une large audience.

Les raisons pour créer un blog pour votre entreprise incluent:

- Valoriser votre expertise. Les gens veulent faire des affaires avec une personne de confiance. Traitez votre blog comme une plate-forme d'information -et non pas comme un outil de promotion seulement - et partagez votre expertise avec les lecteurs pour vous établir comme un expert.
- Recueillir les commentaires des clients- Plutôt que d'ennuyer les visiteurs, votre objectif doit être de mener une conversation avec eux. Activer les commentaires pour permettre à vos clients potentiels de poser des questions et de fournir des commentaires précieux. Ceci est primordial pour votre stratégie de marketing car il vous aide à reconnaître les besoins des clients et à trouver des moyens de les satisfaire.

Blog conseils :

- Essayez de publier un contenu authentique, sinon citez toujours vos sources de contenu.
- Ne négligez pas votre blog trop longtemps. La clé du succès est la cohérence et la continuité du blogging.



Sweetgreen est un restaurant qui propose des formules de salades et de yaourts glacés et naturels. Leur blog agit comme un endroit central où toutes les activités de l'entreprise peuvent être suivies. L'équipe maintient un bon équilibre entre les messages axés sur la communauté et les messages axés sur les mises à jour des produits.

➤ **Pinterest:** Pinterest est la nouvelle plate-forme la plus « branché » des médias sociaux; de nombreuses entreprises sont entrain de chercher des façons pour transformer le site en un outil rentable. Il s'agit d'un excellent outil pour exposer votre histoire en utilisant des images.

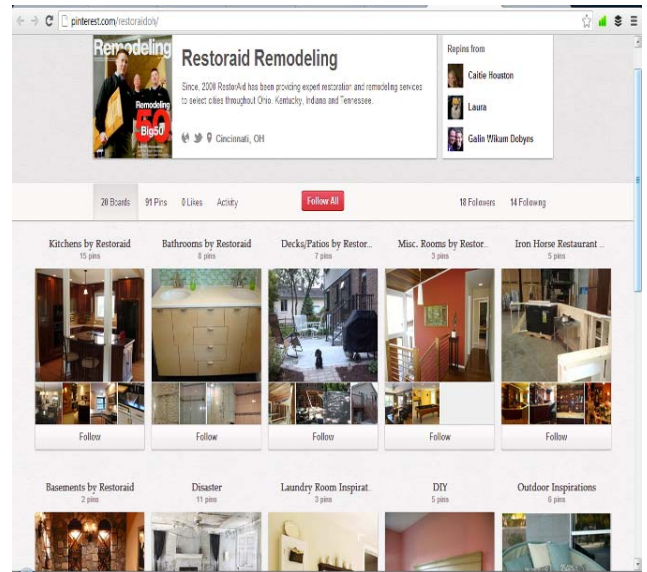
Les raisons pour utiliser Pinterest:

- Exposer les produits, notamment la création ou la conception spécifique (chaque poste requiert une photo).
- Les entreprises ayant des produits visuels qui veulent aussi toucher leurs consommateurs.
- liez votre blog à votre compte Pinterest pour promouvoir les deux à la fois. Vous pouvez ajouter un bouton « Pin » sur votre blog pour que vos visiteurs puissent partager vos images de produits sur la plate-forme.
- Pinterest est aussi un excellent moyen d'améliorer votre stratégie marketing et par conséquent vos ventes.

Facebook: les pages et les groupes Facebook sont un excellent moyen pour améliorer la relation client et pour gérer leurs plaintes. Vous pouvez également connecter la page Facebook de votre entreprise avec les autres réseaux de médias sociaux pour les promouvoir et augmenter votre visibilité sur les moteurs de recherche.

Les raisons pour utiliser facebook incluent:

- Promotions : Pour les détaillants, la clé est de traiter les fans de la page différemment que les autres clients en leurs offrant un accès privilégié à des offres, des remises et des informations particulières.
- Interagissez avec vos clients de façon plus dynamique en téléchargeant des albums photo, en affichant des mises à jour plus détaillées, et en utilisant votre profil comme une extension de votre site Web ou blog (en liant votre page Facebook à votre site web/blog).
- un réseautage plus large et plus facile possible : il s'agit d'un marketing, qui vous aidera à construire votre image de marque et toucher un large public.



Depuis 2000 RestorAid a fourni des services d'experts pour la réparation et de rénovation de maisons à travers les États-Unis. Ils se spécialisent dans la réparation à domicile en cas de catastrophe. Ils ont remporté plusieurs prix pour les meilleures pratiques d'entreprise et ont largement utilisé les médias sociaux, y compris Pinterest.



Eartheygy est un détaillant de bijoux anciens et modernes. Ils utilisent leur page facebook pour promouvoir leurs produits et offrir des réductions.

Astuces Facebook :

- Vérifiez vos statistiques (fans, visiteurs...)
- Publiez tous les jours, posez des questions, demandez des opinions
- Utiliser des médias divers ; des vidéos, des photos ou des liens
- Participer avec les fans, publier des photos, conversez ...
- Faites la promotion de votre site / blog

A ne pas faire :

- N'empêchez pas la conversation sur votre page Facebook.
- Ne supprimez pas les commentaires négatifs. Traitez-les avec professionnalisme.
- Ne pas exagérer en postant trop souvent.

- **Twitter:** Avoir un compte Twitter peut être également très bénéfique pour votre entreprise en offrant un bon service client. Il peut aussi être utilisé comme un outil pour informer et assister les clients.

Les utilisations possibles de Twitter sont:

- Les entreprises qui ne disposent pas de beaucoup de temps mais souhaitent rester en contact avec leurs clients.
- Déterminer qui parle de votre entreprise, pour vous permettre de dialoguer directement et faire des tâches comme la promotion de nouveaux produits, offrir un service supplémentaire à la clientèle, réaliser des études de marché en posant des questions directement à votre audience (**followers**= les personnes qui vous suivent sur Twitter), obtenir des commentaires, etc.... Tous ces éléments peuvent vous démarquer de la concurrence et aider à communiquer la particularité de votre entreprise à vos clients potentiels.

Twitter astuces:

- Créer un contenu et des concours amusants
- la promotion de votre site / blog

A ne pas faire :

- Ne laissez pas votre Twitter stagnant.
- Ne pas argumenter publiquement sur Twitter.
- Ne pas tweeter détails intimes sur des idées d'affaires.



"AHH photographie" est une petite entreprise basée au Texas et gérée par une équipe de photographes qui offrent leurs services aux personnes âgées, aux familles, pour les mariages et autres événements. L'entreprise possède plus de 300.000 Followers!

Résumé du module

Une bonne communication est l'essence du succès de toute entreprise.

Les ordinateurs et la technologie en général ont considérablement modifié les méthodes utilisées pour communiquer dans les affaires. Les emails et les médias sociaux sont devenus des méthodes de communication de plus en plus populaires parmi les entreprises. Néanmoins les moyens de communication les plus traditionnels ont encore une place importante dans la plupart de ces entreprises.

Dans ce module, les participants ont été initiés aux bases de la communication d'entreprise, l'établissement de la stratégie de communication, les médias sociaux et les usages des TIC, y compris:

- Quels sont les principes de base de la communication d'entreprise ?
- Comment mettre en place une stratégie de communication?
- Quelles sont les différences entre la communication interne et externe? Et quelles sont leurs utilisations?
- Comment utiliser les TIC et les médias sociaux pour en bénéficier et faire croître votre entreprise?

Révision du module:

Donnez un aperçu général sur les sujets abordés au cours de ce module. Tout au long du module, les participantes doivent examiner et finaliser:

- Leur stratégie marketing

Devoirs:

- 1 - Elaborez une stratégie de communication externe basée sur ce qu'elles ont appris au cours des sections pour leur propre idée d'entreprise.

Module 7: Planification de la gestion financière

Mesurer le succès:

Une des motivations pour démarrer une entreprise est de réaliser un profit.

Comment peut-on calculer le profit?

Parfois les gens pensent que le profit est l'argent qu'ils gagnent en vendant un bien. Or il s'agit du revenu. Les revenus et bénéfices sont deux choses distinctes.

REVENUS - DÉPENSES = Profit

Vous devez toujours vous rappeler des dépenses que vous faites pour fabriquer un produit ou pour fournir un service. Les dépenses de votre entreprise peuvent inclure le loyer, le transport, les salaires, etc

Pour planifier votre entreprise correctement, vous devez tenir compte de vos dépenses pour éviter de vous retrouver dans une situation où vous perdez de l'argent.

Histoire 1:

Une dame à Oujda a assisté à un atelier des compétences en affaires. Saida était très excitée. Elle venait juste de commencer une entreprise, en allant à une ville de l'autre côté de la frontière pour acheter des vêtements pour 50 Dhs la pièce. Elle les revendait dans sa ville natale pour 100 dhs. Saida était si fière, croyant qu'elle avait fait tellement d'argent, qu'elle voulait commencer une autre entreprise!

Nous lui avons demandé:

- Comment se déplaçait-elle à la ville? En bus.
- Avait-elle où passer la nuit? Elle passait la nuit dans un hôtel.
- est-ce qu'elle mangeait? Bien sûr que oui.
- Comment ramenait-elle les vêtements du marché à l'hôtel? En taxi.
- devait-elle payer les douanes à la frontière? bien sûr

Nous avons ajouté toutes ses dépenses pour acheter les vêtements. Lorsque nous avons ajouté tout pour le coût de chaque pièce, chaque pièce coûtait 95 DH au final, et non 50 DH, alors son profit sur chaque pièce était de seulement 5 DH. Saida était vraiment mécontente.

Dans ce module, les participantes seront initiées aux rudiments de la gestion des finances de leur entreprise et aux outils pour préparer leurs prévisions financières et garder leurs opérations contrôlées.

Les outils inclus dans la formation sont les suivants:

- Le livre de caisse
- Le compte des pertes et des profits
- Le résumé des flux de trésorerie

Au cours de ce module, les participantes doivent comprendre qu'avant le lancement d'une entreprise, elles doivent planifier et préparer leurs outils de gestion financière.

Organisation de la section (60 min)

Commencez cette section en posant deux questions?

- Comment pouvons-nous mesurer le succès d'une entreprise? Vous espérez que quelqu'un réponde en disant que c'est par les bénéfices. Ensuite, poser la deuxième question
- Comment peut-on calculer le bénéfice? Quelle formule devons-nous utiliser?

Dans cette section, vous allez présenter la méthode de base pour calculer le bénéfice en expliquant l'outil de base à utiliser pour enregistrer les données comptables.

Cet outil est le modèle de livre de caisse de base. Vous allez leur montrer comment tenir des registres, et les avantages de la comptabilité régulière.

Histoire n° 1:

Demandez à une participante de lire l'histoire et demandez à la classe quelle est la leçon à tirer de cette histoire? Quelle est la faute que Saida a dû commettre? Quelles sont les dépenses qu'elle n'a pas inclus dans son coût du produit?

Dans cette histoire, la dame ne réalisait pas de bénéfice significatif et elle confondait son chiffre d'affaires avec les profits, sans soustraire les dépenses. Nous avons déjà vu l'importance d'inclure les dépenses pour calculer nos **coûts de production**, définir nos **stratégies de tarification** et préparer nos **prévisions de ventes**. Tenir compte de nos dépenses est également très important pour mesurer le succès de notre entreprise: **Le bénéfice**.

Parfois, nous faisons des choses qui influencent notre bénéfice, le plus souvent en le réduisant, sans s'en rendre compte. Par exemple:

- Si vous lancez un service internet dans la communauté, et que vous avez laissé vos amis utiliser le service gratuitement, vous réduisez votre profit.
- Si vous préparez des gâteaux à base de fruits, et que vous les offrez à un travailleur agricole qui vous rend visite, vous réduisez votre profit.
- Si vous avez un salon de coiffure, et que c'est une journée d'été et que vous offrez à votre client une boisson gazeuse, vous réduisez votre profit.

Vous devez vous rappeler que vous êtes en affaires pour réaliser des bénéfices afin que vous puissiez soutenir votre famille.

Histoire 2:

Chaque semaine Yamna prépare 100 pâtisseries et les ramènes à la cafétéria de l'école pour les vendre à 1 DH chacune. D'habitude, elle vend toutes ses pâtisseries et rentre chez elle avec 100 DH. Elle ne pouvait pas savoir combien de bénéfice elle faisait parce qu'elle ne l'avait jamais considéré. Voilà donc ce que nous avons fait.

Nous avons rédigé une liste de tous les ingrédients, la farine, le sucre, la poudre à pâte, huile de cuisson, etc, et combien ils coûtent. Lorsque nous l'avons ajouté, nous avons constaté qu'il en coûtait 150 dhs pour acheter les ingrédients pour faire 100 pâtisseries. Ainsi, chaque fois qu'elle allait à la cafétéria pour vendre ses pâtisseries elle perdait de l'argent.

La semaine suivante, elle a augmenté le prix à 2 dhs pour chaque pâtisserie.

Vous devez vous assurer que vous réalisés des bénéfices.

Histoire 2 :

Après avoir expliqué l'importance d'inclure les dépenses pour calculer le bénéfice et les méthodes qui peuvent se répercuter négativement sur notre profit, demandez à une participante de lire l'histoire 2 pour les aider à mieux saisir comment calculer le bénéfice.

Vous allez mener une discussion avec les participantes concernant tous les endroits où un entrepreneur pourrait facilement et à moindre coût établir un compte d'entreprise pour déposer de l'argent.

Vous pouvez également inviter un conférencier pour décrire les pratiques de gestion de trésorerie dans son entreprise. Posez-lui les questions suivantes: Comment a-t-elle commencé? Que veut-elle faire maintenant? Quelles leçons peut-elle partager?

Méthodes de base d'enregistrement des données comptables

Comme nous l'avons vu précédemment, le bénéfice est très important pour la réussite d'une entreprise et pour être en mesure de calculer le bénéfice, vous avez besoin de garder une trace de vos dépenses. Il est très important pour les entrepreneurs d'apprendre et d'intégrer un système pour conserver des registres. Une façon simple de le faire est de maintenir un système de **livre de caisse** de base.

Pour pratiquer l'enregistrement de vos données de registre financier sur un livre de caisse, commencez à utiliser un modèle simple lors de votre planification. Tandis que vous planifiez pour votre entreprise, vous devez noter tout ce qui concerne les charges lié à la planification et au démarrage de l'entreprise. Par exemple, vous pouvez envisager de tester votre activité commerciale à domicile avant de la lancer d'une manière officielle et de louer un magasin. Cette phase de test vous aidera à déterminer la faisabilité de votre idée d'entreprise ainsi que les améliorations à apporter et à planifier votre démarrage et votre croissance en conséquence. Quand votre affaire se développera, vous pourrez garder une comptabilité de trésorerie que pour l'entreprise.

Pendant que vous faites cela, assurez-vous de garder vos données sur un livre de caisse. Ça ne doit pas nécessairement être compliqué. Lorsque vous commencer l'enregistrement, vous devez procéder d'une façon ordonnée, et vous devez tout libeller.

Pour commencer, libellez les colonnes et comptez l'argent dont vous disposez. Il s'agit de l'argent que vous avez dans la poche, dans votre sac à main ou dans votre compte bancaire, et qui est disponible pour dépenser. C'est l'argent durant la période de lancement. Le tableau ci-dessus montre la mise en page d'un livre de caisse, avant de commencer à

Organisation de la section: (60 min)

Dans cette section, vous allez introduire aux participantes le livre de caisse. Les participantes doivent comprendre qu'elles ont besoin de garder leurs registres quotidiens sur leur livre de caisse. Il s'agit d'un outil simple qu'elles peuvent utiliser au début pour prendre l'habitude d'enregistrer leurs dépenses avant de passer à utiliser des outils plus avancées.

Exercice:

Demandez aux participantes de lire l'histoire de Malika et son livre de caisse et menez une discussion concernant ce qu'elle a mal fait?

A la fin de cette section, résumez les sujets abordés et de rappelez aux participantes l'importance de commencer à adopter un système de livre de caisse avant même le début de leur activité. En conservant leurs dossiers elles pourront également calculer les profits et les pertes qui seront abordés lors de la prochaine session.

Date	Détail	Revenu/ Entrées	Dépenses/ Sorties	Explication/ F, B, E
1 Fév.	Encaisse	50		

conserver des registres.

Vous devez seulement connaître votre «encaisse» (liquidité) au début. Parfois, vous n'aurez pas d'argent du tout quand vous commencez et donc vous pouvez mettre un zéro dans la colonne ENTREE. Vous avez besoin d'un nombre là-bas, même si c'est un zéro. L'«encaisse» ne comprend pas vos économies. Il s'agit de l'argent que vous devez dépenser à ce moment.

Comment sauvegarder les enregistrements sur votre livre de caisse?

La colonne ENTREES	La colonne SORTIES	La colonne FBE
Elle vous montre l'argent disponible dans votre poche. Si quelqu'un achète quelque chose de vous et vous paie, vous l'enregistrez dans la colonne Entrées, parce que l'argent va dans votre entreprise. Si quelqu'un vous donne de l'argent, le montant ira également dans la colonne Entrées.	Elle vous montre quand est-ce que vous dépensez ou donnez de l'argent à quelqu'un et qu'elle sort de votre poche (que ce soit personnel ou professionnel). Lorsque vous épargnez de l'argent vous l'enregistrez dans la colonne SORTIES parce qu'elle SORT de votre trésorerie d'entreprise et elle est mise à part.	Elle vous montre si la transaction était pour la Famille, votre Business ou l'épargne.

Chaque jour, vous devez écrire les détails de ce qui advient de votre argent. Vous devez le faire quotidiennement. Vos registres vous aident dans votre planification des activités financières de votre entreprise:

- Vous saurez combien d'argent vous avez reçu et combien d'argent vous avez dépensé;
- Vous pouvez calculer quand vous faites un profit ou quand vous perdez;
- Vous serez en mesure de prendre de meilleures décisions sur ce qu'il faut acheter et vendre;
- Vous pouvez garder des registres de vos achats et de vos vente à crédit, pour ne pas vous tromper;

De nombreux entrepreneurs ont échoué parce qu'ils ont mis l'accent sur la quantité d'argent qui rentre d'une activité commerciale plutôt que sur la quantité nécessaire à dépenser. Le fait de recevoir de l'argent ne signifie pas nécessairement que vous faites un bénéfice. Avoir un bon système en place pour la comptabilité est essentielle pour votre succès en tant qu'entrepreneur.

Néanmoins, un grand nombre de propriétaires d'entreprises négligent leurs chiffres et leurs entreprises en paie le prix. Il y a généralement deux principaux types persistants de négligences financières:

- Négliger entièrement de faire le suivi des revenus et des dépenses en laissant les reçus s'accumuler (ou se perdre) et échouer de garder les données dans un système de comptabilité;
- Faire un bon travail pour tenir les registres des revenus et des dépenses à jour, mais ne pas utiliser les chiffres pour répondre aux questions concernant la situation financière de l'entreprise.

Les livres de caisse sont des livres comptables simples qui sont utilisés pour enregistrer des informations de base sur les encaissements et les paiements. Pour compléter votre livre de caisse, vous devez collecter et garder:

- Les talons du chéquier,
- Les chèques annulés,
- Versement de banque,
- Les relevés bancaires,
- Les recettes et les bons de livraison,
- Vos factures des fournisseurs,
- Les reçus pour les achats en espèces,
- Les copies des paiements faits ou reçus en ligne,
- Les relevés de carte de crédit ou de débit,

N'oubliez pas de vérifier régulièrement votre livre de caisse pour mieux utiliser vos registres pour la croissance et le développement de votre entreprise. Vous devez garder les registres pour les utiliser. Beaucoup d'entrepreneurs gardent des registres, mais ne les regardent jamais. Garder et utiliser vos registres va vous aider à lancer une entreprise solide ainsi qu'à soutenir sa croissance.

Exercice 1:

Date	Détails	ENTREES	SORTIES	F,B,E
1 Fév.	Encaisse	15		
1 Fév.	Tomates achetées		15	B
1 Fév.	Transport		1	B
2 Fév.	Tomates vendues	10		B
2 Feb	Transport		1	B
3 Feb	Légumes achetés		10	B
3 Fév.	Transport		1	B
3 Fév.	Légumes vendus	5		B
4 Fév.	Transport		1a	B
4 Fév.	Légumes vendus	10		B
5 Fév.	Transport		1	B
5 Fév.	Tricots vendu	10		B
8 Fév	Tomates achetées		15	B

Regardez l'exemple du livre de caisse. Ce sont les dossiers de Malika qui a vendu des tomates sur le marché local. Elle a aussi fait un peu de tricots qu'elle vendait parfois. Elle pensait qu'elle avait une bonne affaire, mais elle n'a jamais conservé ses documents. Puis elle a créé ces dossiers pour son entreprise. Elle commence avec 15 unités monétaires dans la main et elle a acheté des tomates à 15 et a payé son transport. Le lendemain, elle a vendu les tomates à 10 et a payé son transport. Lorsqu'on lui a demandé pourquoi elle vendait les tomates à 10 alors qu'elle les avait payés à 15, elle a dit qu'à cette époque de l'année les tomates ne sont pas de bonne qualité. Elle a ensuite acheté des légumes, et les a vendus sur deux jours. Elle a également vendu un tricot.

A-t-elle tiré des profits cette semaine?

Nous savons que le revenu - Dépenses = Profit

Pour savoir si elle a réalisé un bénéfice, ajoutez de l'argent dans la colonne ENTREES. (Nous n'incluons pas «l'encaisse» au début). La colonne ENTREES est l'endroit où tous ses revenus pour la semaine ont été enregistrés. Elle n'a gagné que 35 cette semaine. Ses dépenses pour la semaine, sont comptabilisées dans la colonne SORTIES, et ils totalisent 30.

Revenus - Dépenses = Profit

35 unités - 30 Unités = 5 Unités

Elle a passé cinq jours dans le marché et n'as fait que 5. Malika a été choquée.

En observant le tableau à nouveau, vous verrez que la première chose la première chose qu'elle a faite la semaine suivante, était d'acheter des tomates. C'était probablement imprudent; la qualité des tomates était peu susceptible de s'améliorer. Si Malika avait su lire dans ses dossiers, elle aurait vu qu'il était plus logique d'acheter des légumes à ce moment de l'année. Elle avait gagné de l'argent de ses légumes.

Six mois plus tard, Malika ne vendait plus de tomates, mais des tricots et des vêtements pour bébé. Son bénéfice a augmenté à environ 40 unités par mois. Sans ces documents, elle n'aurait gagné que 5 unités.

Calculer les bénéfices et les pertes

Lorsque vous démarrez votre entreprise, continuez à garder vos registres quotidiennement pour être en mesure de préparer votre compte des bénéfices et des pertes (*compte de résultat*) qui mesure le bénéfice ou la perte d'une entreprise sur une période donnée. Un compte de résultat résume les revenus pendant une période et soustrait les dépenses faites pendant la même période pour calculer le bénéfice ou la perte de l'entreprise.

Un Compte de Résultat doit être effectué une fois par semaine ou une fois par mois au départ. Plus tard, il peut être fait trimestriellement. Il s'agit d'un résumé de la performance financière d'une entreprise au fil du temps (mensuellement, trimestriellement ou annuellement le plus souvent). Il reflète la performance passée de l'entreprise. Il sert le plus souvent aussi comme un rapport grâce auquel les entrepreneurs peuvent garder une trace de la performance de leur entreprise.

Tant que vous avez une certaine « liquidité » au début de la semaine, vous pouvez dépenser plus que ce que vous recevez au cours de cette semaine (Cela devrait apparaître comme une perte sur votre compte de résultats). Si cela se produit, vous devez SOUSTRAIRE votre perte de liquidité avec laquelle vous avez commencé la semaine.

Parfois, vous devez utiliser vos économies pour couvrir vos frais en cas d'urgence. C'est à cela qu'ils servent, mais vous devez vous rappeler de le noter dans vos registres. Lorsque vous utilisez vos économies, vous les mettez dans la colonne ENTREE, parce que vous avez mis de l'argent dans votre poche.

Lorsque l'entreprise est établie, vous pouvez vous permettre un salaire. Ce serait une dépense de l'entreprise (de l'argent). Ensuite, votre livre de caisse tiendra compte des frais professionnels seulement. Mais vous devez être très strict. A ce stade, aucune charge familiale ne peut être prise par l'entreprise.

Une méthode simple pour calculer votre compte de résultat est d'utiliser les enregistrements du livre de caisse et de transférer ces données vers un autre tableau et soustraire vos dépenses d'exploitation (coûts directs et indirects) de votre chiffre d'affaires. Regardez l'exemple ci-dessous d'un compte de résultat basique.

Organisation de la section (90 min)

Dans cette section, vous devrez expliquer aux participantes comment elles peuvent calculer les profits et les pertes et comment elles peuvent utiliser un compte de résultat de base.

Pour les participantes qui n'ont pas une formation en informatique, orientez les à utiliser un compte de résultat de base encourager les à travailler sur l'amélioration de leurs compétences en planifiant de prendre des cours en informatique.

Les participantes qui ont un bon bagage en informatique devraient être encouragées à compléter l'outil de suivi des B & P.

Exercice:

Demandez aux participantes de rejoindre leurs groupes pour préparer une projection de leurs profits et de leurs pertes pour l'entreprise en utilisant l'outil de suivi des profits et des pertes.



Compte basique des bénéfices et des pertes (compte de résultat)

Livre de caisse basique

Compte des bénéfices et des pertes du 7 Février			
Encaisse/liquidité			60
Revenus (ENTREES)		+ 55	
Epargne	55		
Coûts (Sorties)		- 33	
Coûts direct & Indirect	26 7		
Bénéfices/Pertes			22
Encaisse Février 7			82

Date	Détails	ENTREES	SORTIES	BFE
Fév. 1	Liquidité/encaisse	60		
Fév. 2	Ventes	10		B
Fév. 2	Téléphone		3	B
Fév. 3	Ventes	10		B
Fév. 4	Transport		2	B
Fév. 4	Ventes	20		B
Fév. 4	Electricité		1	B
Fév. 5	Loyer		1	B
Fév. 6	Ventes	15		B
Fév. 6	Transport pour délivrer produits		6	B
Fév. 6	Matières premières		20	B

Une méthode plus avancée pour calculer votre résultat consiste à l'utilisation d'une feuille de calcul Excel. Pour compléter cette fiche, vous devrez entrer vos revenus et vos dépenses de fonctionnement et la feuille de calcul va automatiquement calculer votre compte des profits et des pertes.

Entreprises Féminines Durables Women's Enterprise for Sustainability		Profit and Loss Tracking					
		[Enter Name of BUSINESS Here]					
		FOR THE YEAR ENDING DD-MM-YY					
DESCRIPTION	JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	
REVENUE							
[Enter item here]							
[Enter item here]							
[Enter item here]							
[Enter item here]							
TOTAL REVENUE	0	0	0	0	0	0	
OPERATING EXPENSES							
Material Costs for Goods Sold							
Payroll							
Payroll Taxes							
Employee Benefits							
Technology Equipment Leases or Depreciation							
Maintenance							
Rent - Lease of Space							
Utilities							
Telephone							
Marketing Expense							

Exercice:

Pour aider les participantes à pratiquer cet outil, demandez leurs de préparer une projection des bénéfices et des pertes de leur entreprise. Pour ce faire, les participantes devront noter leur revenu en fonction de leur prévision des ventes et des frais d'exploitation selon leur budget de fonctionnement.

Il est important de suivre les entrées et les sorties d'argent chaque mois pour voir si votre entreprise est rentable. L'outil de suivi des Bénéfices et des Pertes (B & P) peut être utilisé pour faire cela. Il s'agit d'un outil de planification de la phase de démarrage d'une entreprise. Il permettra à l'entrepreneur de prévoir les recettes, les dépenses et les profits anticipés, ou prévenir les pertes. Le même formulaire peut être utilisé pour suivre les recettes et les dépenses réelles au cours de chaque année d'exploitation. La comparaison réelle des revenus prévus, des dépenses et des profits vous aideront à guider le bon fonctionnement de votre entreprise.

Pour compléter le compte de résultat, regardez les prévisions des ventes. Ensuite entrez les chiffres des revenus sur le compte des B & P. Regardez le budget de fonctionnement et les dépenses notés sur le compte des B & P. Additionnez les revenus et les dépenses. Maintenant vous pouvez soustraire les dépenses des revenus pour avoir une idée claire des bénéfices ou des pertes de l'entreprise pour la première année.

Le flux de trésorerie (Cash-flow)

Le flux de trésorerie est un registre mensuel qui permet de tracer tout l'argent qui entre dans une entreprise et tout l'argent qui en sort mensuellement. Il s'agit aussi de votre budget d'entreprise. Il suit votre position de trésorerie au moment où vous recevez de l'argent.

Il s'agit d'une méthode qui assure une circulation aisée de l'argent liquide dans les entreprises ou les projets. Une entreprise doit adopter des politiques de flux de trésorerie pour garder un écoulement régulier et constant d'argent qui peut être utilisé de manière à générer des bénéfices. Les petites entreprises font face à plus défis par rapport aux grandes entreprises, tout en préservant leur trésorerie.

Le tableau des flux de trésorerie est un rapport financier de base. Il compare, sur une période de temps, le chiffre d'affaires aux dépenses de fonctionnement. Vous avez préparé les deux précédemment basées sur vos attentes (projections) pour l'entreprise. Il peut sembler complexe et difficile au début, mais les petites entreprises peuvent beaucoup apprendre de ces rapports.

Vous pouvez utiliser les projections des flux de trésorerie pour comparer la période des rentrées d'argent (revenus) et celles des sorties d'argent (dépenses). Il indique quand une entreprise nouvellement établie peut espérer de gagner assez d'argent pour couvrir ses dépenses de

Organisation de la section (90 min)

Dans cette section, vous aurez besoin d'expliquer aux participantes comment qu'elles peuvent garder une trace de leur flux de trésorerie. Elles seront également introduites à l'outil de suivi des flux de trésorerie sur Excel pour leur offrir un exemple pratique de la gestion de la trésorerie.

Exercice:

Demandez aux participantes de rejoindre leurs groupes pour pratiquer l'outil de suivi des flux de trésorerie. Les participants doivent saisir des données sur les flux de trésorerie de la manière suivante:

-Chiffre d'affaires (en fonction de leur chiffre d'affaires prévisionnel)

-Charges d'exploitation (basé sur des lignes individuelles de dépense; les dépenses d'exploitation totales seront résumé par l'outil)

-Le résultat d'exploitation (Les dépenses moins les recettes, calculées par l'outil)

-Liquide net provenant des autres activités (les sorties de fonds peut provenir des autres activités, comme de l'argent pour faire un achat unique d'équipement. Si les ventes sont faites à crédit, elles doivent être soustraites)

fonctionnement. Il montre que l'activité en cours est en mesure de couvrir vos charges d'exploitation avec le revenu gagné.

-Net trésorerie provenant des activités diverses (l'entrées de trésorerie peut se produire provenir des autres activités, telles que les collections de l'ancienne dette.)

Demandez à chaque groupe d'enregistrer une copie de leur trésorerie car ils auront besoin de l'utiliser pour le prochain exercice.

Dans une entreprise en phase de démarrage, l'entrepreneur peut déterminer combien de trésorerie courante sera nécessaire pour mener l'entreprise jusqu'à ce qu'elle devienne établie. L'entrepreneur doit fournir cela de ses épargnes, du soutien de la famille et des amis, ou demander un prêt pour couvrir les dépenses du lancement.

En général, une fois que l'entreprise est rentable, ses revenus devront couvrir ses dépenses. Toutefois, certaines entreprises sont de nature saisonnière. Les dépenses seront engagées dans un mois ou dans un trimestre. Les revenus seront réalisés plus tard. Par exemple, les agriculteurs perçoivent des revenus lorsque les récoltes mûrissent; les comptables gagnent plus d'argent lorsque les citoyens doivent calculer leurs taxes dues. Idéalement, l'entreprise va gagner assez d'argent pour mener à bien ses périodes de faibles revenus. Il est plus facile de maintenir l'entreprise à travers ces périodes s'il ya un plan pour économiser de l'argent prévu à cette fin.

L'outil de suivi des flux de trésorerie peut être utilisé pour enregistrer les prévisions de recettes et de dépenses de fonctionnement. Il devrait également être utilisé pour le suivi des recettes et des dépenses réelles une fois que l'entreprise débute ses activités. Comparer l'actuel au prévu vous donnera une meilleure compréhension de ce à quoi s'attendre. Il peut aussi être un avertissement précoce lorsque les dépenses ou les recettes changent de la normale ou de votre projection.

Précédemment, vous avez vu que, normalement, les entreprises ne doivent pas vendre des biens ou des services à crédit. Si vous projetez des ventes de 10 unités, mais que vous avez l'intention d'en vendre deux à votre famille sur crédit, alors vous devez les soustraire de ces ventes. Vous n'avez pas reçu d'argent de leur part. Vous avez payé en espèces pour les matériaux, mais vous n'avez pas reçu d'argent en retour. Si vous vendez à crédit, et il ya des moments où c'est la bonne décision, vous devez faire preuve de diligence au sujet de la collecte de la dette. Une fois qu'elle est recueillie et que vous avez l'argent, vous pouvez l'enregistrer dans le flux de trésorerie comme entrée.

Résumé de l'état des flux de trésorerie:

Le résumé des flux de trésorerie résume les flux de trésorerie des entrées et des sorties pour une période de temps, généralement 3 mois ou un an. Si le solde de trésorerie de fin est positif, c'est ce qu'on appelle un excédent. Pensez à la manière dont vous allez utiliser cet excédent. Allez-vous vous payer un salaire, si vous ne l'avez pas déjà fait? Allez-vous investir dans l'entreprise? Voulez-vous l'épargner? Allez-vous l'utiliser pour couvrir des flux futurs de trésorerie négatifs? Si vous avez des dettes, allez-vous l'utiliser pour rembourser votre dette?

Si le solde de trésorerie de fin est négatif, montrez le en mettant entre parenthèses le montant. C'est ce qu'on appelle un déficit. Vous et votre entreprise ne pouvez pas maintenir une position de trésorerie négative pour longtemps. Avez-vous besoin de changer l'exploitation de votre entreprise? Est-ce que l'entreprise est entrain de s'établir? Devrez vous continuer de la même manière? De combien d'argent avez-vous besoin et pour combien de temps? Quelles sont les sources disponibles pour vous?

Organisation de la section: (45 min)

Dans cette section, vous aiderez les participantes à préparer leur résumé des flux de trésorerie afin d'analyser leur situation financière.

Exercice:

Demandez aux participantes de se joindre à leurs groupes et d'utiliser leur outil de suivi des flux de trésorerie et de transférer les totaux vers le résumé des flux de trésorerie. Chaque groupe devra présenter son résumé des flux de trésorerie et expliquer comment elles vont l'utiliser leur surplus ou comment elles vont adapter leur plan d'affaires afin d'éviter un déficit.

Résumé du module:

Gardez à l'esprit qu'il faut du temps et de l'engagement pour maîtriser l'aspect financier de votre entreprise. Ce module est votre première étape vers une meilleure compréhension des concepts de connaissances financières. Ce sera au cœur de la gestion d'une entreprise prospère.

Comme point de départ, rappelez-vous que les outils tels que le livre de caisse, compte de résultat et flux de trésorerie sont des outils de suivi qui peuvent vous aider à estimer votre projection d'entreprise et ensuite surveiller l'argent qui circule à l'intérieur et hors de votre entreprise, comprendre les éléments financiers et les procédures nécessaires pour réaliser la fonction de votre entreprise et pour garder une trace de toutes les transactions financières, qui peuvent inclure:

- Les dépenses nécessaires au fonctionnement de l'entreprise.
- Les crédits et les prêts
- La trésorerie entrante et sortante

Vos états financiers peuvent également vous aider à planifier une croissance de l'entreprise ou à prévenir un déficit avant qu'il ne survienne.

Grâce à ce module, nous avons répondu aux questions de base liées à la gestion des finances de votre petite entreprise, tels que:

- Pourquoi est-il important de garder une trace de mes finances de l'entreprise?
- Quelles sont les méthodes que je peux utiliser pour gérer l'information comptable?
- Comment puis-je calculer le bénéfice et la perte?
- Comment puis-je suivre ma trésorerie?

Évaluation:

À la fin de ce module, donnez un bref aperçu des sujets abordés.

Encouragez les participantes à adopter un système de livre de caisse basique sur une base quotidienne. Ils peuvent commencer leur budget personnel hebdomadaire et l'appliquer plus tard quand ils commencent leur activité,

Encouragez les participantes à préparer leurs projections des profits et des pertes et du flux de trésorerie et d'intégrer ces deux outils sur leur plan business sur les sections 4.1 et 4.2.

Module 8: Financer mon entreprise

Nous avons vu dans le module précédent que la planification financière de notre entreprise nous aide à comprendre nos besoins financiers. Nous pouvons déterminer les capitaux de démarrage et les fonds nécessaires, sur la base de nos prévisions et de nos projections.

De combien d'argent vous avez besoin pour lancer votre entreprise ? C'est la première question que vous devez vous poser avant de passer à l'exploration des ressources de financement. Comprendre vos besoins financiers vous empêche de faire des erreurs coûteuses qui pourraient éventuellement conduire à la faillite d'une entreprise potentiellement viable. Voici quelques questions qui peuvent vous aider pour voir si vous aurez besoin d'un financement extérieur ou non :

- Comment mon plan business peut m'aider à prendre des décisions sur la base de la réalisation des objectifs souhaités pour mon entreprise?
- Quels sont mes propres sources de capitaux disponibles? Suis-je prêt à risquer ce capital pour démarrer ma propre entreprise? Quels sont les risques?
- Pourquoi ai-je besoin d'argent? Si j'emprunte, pourrai-je projeter de façon réaliste l'augmentation des recettes? Si c'est le cas quand est-ce que ces revenus vont justifier la dette?

Après avoir répondu aux questions ci-dessus, vous pourrez fonder votre décision sur des bases solides.

Types de financement:

Il existe une grande variété de sources de financement disponibles, en fonction de vos besoins. Parce que les entreprises ont des besoins différents de ceux des consommateurs, il existe un éventail d'options de financement beaucoup plus large pour les entrepreneurs.

Le type de financement approprié pour votre entreprise et la disponibilité de celui-ci dépend d'un certain nombre de facteurs, y compris le montant nécessaire, l'utilisation prévue de l'argent, la durée pour laquelle vous avez besoin de l'argent, votre situation financière et les antécédents de

Dans ce module, les participantes vont explorer les différentes options pour financer leurs activités.

Les questions clés adressées incluent:

- Avez-vous besoin d'un financement extérieur?
- Quels sont les types de financement?
- Quelles sont les sources de financement dans votre région?

Organisation de la section (30 minutes)

Lors de cette section, expliquez aux participantes les questions fondamentales auxquelles elles doivent répondre avant de choisir d'opter pour un financement extérieur ou non.

Encouragez les participantes à revoir leurs plans business et leurs prévisions financières pour les aider à déterminer le capital nécessaire pour le lancement, et qu'elle doivent avoir afin d'atteindre les objectifs souhaités pour leurs entreprises.

Activité:

Discutez avec les participantes sur les réponses possibles aux questions liées au choix d'option de financement.

Organisation de la section (30 minutes)

Lors de cette section, les participantes vont explorer les différents types de financement qu'elles peuvent envisager afin de soutenir le lancement de leurs entreprises.

crédit de votre entreprise, et souvent votre pointage de crédit personnel. Voici un aperçu des types les plus communs de financement des entreprises.

<p>Épargne personnelle de l'entrepreneur</p>	<p>Beaucoup d'entrepreneurs lancent leur entreprise en utilisant leur propre argent. Mais la phase de démarrage n'est pas la seule fois où les entrepreneurs vont puiser dans leur propre argent pour financer leurs activités. Plusieurs entrepreneurs utilisent leurs propres économies ou leurs capitaux propres dans leurs foyers pour aider leurs entreprises à traverser les périodes creuses ou pour fournir tout ou partie de l'argent pour l'expansion et la croissance de leurs activités.</p>
<p>Famille et Amis</p>	<p>Les entrepreneurs se tournent traditionnellement vers les amis et la famille quand ils ont besoin de plus d'argent qu'ils ne peuvent fournir ou amasser de leurs propres ressources. Le financement des amis et de la famille peut être structuré sous forme de prêt, ou comme un investissement, en fonction des besoins des parties concernées</p>
<p>Les banques</p>	<p>Les banques sont la source de financement des besoins de beaucoup de petites, moyennes et grandes entreprises, bien que certains types d'options de financement puissent varier d'une banque à l'autre et en fonction de la taille et de la nature de l'entreprise.</p>
<p>Les investisseurs / partenaires:</p>	<p>Vous pouvez financer votre entreprise en optant pour un partenariat efficace, en sollicitant des investisseurs particuliers de l'industrie, d'autres entreprises qui pourraient être intéressées par votre idée d'entreprise, ou en déposant une demande aux « business angels » dans votre région.</p>

Les avantages et les inconvénients des différentes sources de financement:

Nous avons discuté ci-dessus de quelques-unes des sources courantes pour le financement de votre entreprise et de leurs définitions. Cependant, chaque source a ses avantages et ses inconvénients. Vous devez peser les forces et les faiblesses de chaque source en fonction de vos objectifs d'entreprise avant de prendre votre décision finale. Chaque source a ses propres particularités, ses forces et ses faiblesses, qui sont résumées comme suite:

Source	Avantages	Inconvénients
Épargne personnelle de l'entrepreneur	<ul style="list-style-type: none"> - Flexible: vous utilisez vos biens personnels comme il vous convient - Les frais d'acquisition sont minimaux 	<ul style="list-style-type: none"> - Ces sources sont très souvent limitées - Il y'a des risques de perdre vos économies si l'entreprise échoue
Partenaires et investisseurs	<ul style="list-style-type: none"> - Vous partagez le risque de perte avec d'autres - Les partenaires peuvent être actifs dans le développement des affaires 	<ul style="list-style-type: none"> - Perte partielle du contrôle de l'entreprise: vous ne possédez pas toutes les actions de votre société. - partage de bénéfices
Amis et familles	<ul style="list-style-type: none"> - Partiellement souple - D'habitude il n' ya aucun taux d'intérêt comme les banques 	<ul style="list-style-type: none"> - Risqué: si votre entreprise ne réussit pas, vos amis / famille peuvent ne pas récupérer leur argent
Crédit bancaire	<ul style="list-style-type: none"> - Permet de garder votre argent en main pour l'utiliser comme capital d'exploitation ou pour des dépenses personnelles - Si l'entreprise va mal, vous pourriez être en mesure de protéger vos biens personnels les plus importants en déclarant faillite 	<ul style="list-style-type: none"> - Vous aurez à payer des taux d'intérêt sur le crédit - Vos paiements seront dus à temps indépendamment du fait que les affaires vont mal ou bien.

Les structures de soutien en Tunisie:

La création d'une nouvelle entreprise peut prendre beaucoup de temps et nécessiter beaucoup d'argent. Par conséquent, demander l'assistance des structures de soutien dans votre communauté peut vous épargner beaucoup d'ennuis et de dépenses et peut vous offrir la poussée dont vous avez besoin pour lancer votre entreprise.

Les structures de soutien pour les PME couvrent de nombreux secteurs d'activités et des infrastructures variés. Les principales structures de soutien en Tunisie qui offrent des formes d'assistance techniques, administratives et d'autres formes de soutien, sont les suivants:

Structure	Objectifs
Agence de la Promotion de l'Industrie (API)	<ul style="list-style-type: none"> • Assistance technique personnalisée pour les entrepreneurs • Assiste durant toutes les formalités administratives et juridiques nécessaires à la création de la société
Programme de modernisation industrielle (PMI)	<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration de la compétitivité des entreprises par l'assistance technique (coaching et qualité) • Développer l'industrie en encourageant l'entrepreneuriat • Faciliter l'accès des PME au financement. • Assistance technique pour les PME
Les centre techniques (pour des secteurs spécifique : artisans, industrie agroalimentaire...)	<ul style="list-style-type: none"> • Fournir une expertise technique du projet en cas de besoin (choix des équipements de production, procédés de fabrication ...). • Conseiller et assister les PME de différents secteurs (systèmes de gestion, comptabilité, ...) • Des formations spécifiques du personnel et des entrepreneurs
Agence de la Promotion des Investissements Agricoles (APIA)	<p>Les services de l'APIA sont destinés aux agriculteurs, aux pêcheurs, aux jeunes promoteurs et aux investisseurs tunisiens et étrangers à travers:</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'octroi des avantages financiers et fiscaux institués par le code d'incitations aux investissements, aux promoteurs de projets agricoles, de pêche, de services liés à ces secteurs et de première transformation des produits agricoles et de pêche; • L'identification des opportunités d'investissement et des idées de projets à promouvoir par les opérateurs privés Tunisiens et étrangers contribuant ainsi à la réalisation des objectifs nationaux assignés au secteur agricole; • L'assistance des promoteurs dans la constitution de leurs dossiers d'investissement et leur encadrement durant la phase de réalisation de leurs projets; • La formation des jeunes promoteurs agricoles et leur encadrement durant les phases d'identification, d'étude et de réalisation de leurs projets dans le cadre de pépinières d'entreprises et de programmes spécifiques de formation;
Fond de la promotion et de la décentralisation industriel (FOPRODI)	<ul style="list-style-type: none"> • Encourager la promotion des entrepreneurs; • Encourager la création et le développement des PME • La mise en place de mesures incitatives pour la décentralisation de l'investissement dans le secteur industriel. • Audit et services de formation pour les entrepreneurs • Établir des systèmes informatiques de gestion pour les PME

Les sources de financement en Tunisie:

Plusieurs mesures ont été prises pour améliorer l'accès des PME aux sources de financement en Tunisie. La création de la «Banque de Financement des PME» et la «Société Tunisienne de Garantie» ont considérablement amélioré le nombre de projets réalisés par des PME et le nombre des nouveaux entrepreneurs.

Bien qu'il existe une variété de sources de financement, le choix dépend entièrement de vous. Vous devez baser votre décision sur vos objectifs d'affaires et les risques et les responsabilités que vous êtes prêt à assumer.

Les sources de soutien financier peuvent être classés en trois types principalement:

- Les mesures de financement incitatives liées au capital de démarrage
- Les mesures de financement incitatives liées aux investissements
- Et les incitations offrant des garanties de financement

Organisation de la section (30 minutes)

Lors de cette section, les participantes vont découvrir les différentes sources de financement et d'appui dans leur région.

Activité:

Invitez un responsable local de l'une des organisations citée dans cette partie pour expliquer aux participantes comment ils peuvent obtenir un soutien financier pour leurs petites entreprises.

- Les incitations relatives au capital

Structure	Bénéficiaires	Intervention
FONAPRAM Fonds National de Promotion de l'Artisanat et des Petits Métiers	<ul style="list-style-type: none"> - Les personnes physiques de nationalité tunisienne montrant une contribution minimale égale à 40% du financement personnel. - Investissement maximum: 50 000 DT; porté à 80 000 DT pour les projets promus par les diplômés de l'enseignement supérieur. 	Bonus: 6% du coût du projet. Montant: Si $\leq 10\,000$ DT, 90% du montant Si $10\,000$ DT $< I \leq 50\,000$ DT 80% du montant Si $> 50\,000$ DT, 60% du montant
FOPRODI - Fonds de Promotion et de Décentralisation Industrielle	Personnes physiques de nationalité tunisienne regroupées ou non en société,, qui: <ul style="list-style-type: none"> - ont l'expérience ou les qualifications requises; - ne disposant pas suffisamment de bien propres mobiliers ou immobiliers - réalisent leur premier projet d'investissement et assument personnellement et à plein temps la responsabilité de sa gestion 	Montant remboursable: <ul style="list-style-type: none"> - Si l'investissement $\leq 500\,000$ DT Contribution personnelle minimum: 10% Maximum de la participation du FOPRODI: 60%; - Si l'investissement est jusqu'à 1 million de DT Contribution personnelle minimum: 10%; Maximum la participation du FOPRODI: 60%; - Si l'investissement est de 1 à 4000000 DT Contribution personnelle minimum: 20% Maximum la participation du FOPRODI: 30%
RITI - Régime d'Incitation à l'Innovation dans les Technologies de l'Information	Diplômés de l'enseignement supérieur avec un projet novateur dans les technologies de l'information	<ul style="list-style-type: none"> • Montant du financement: 49% du coût du projet (Limite 120000 DT) - Remboursement: 7 ans - La contribution personnelle minimum: 2% (en espèces)

- Les incitations relatives aux crédits d'investissements

Structure	Bénéficiaires	Intervention
Banque Tunisienne de Solidarité (BTS)	<ul style="list-style-type: none"> - Personnes physiques diplômées de l'enseignement supérieur, ou de formation professionnelle, à la recherche d'une réinsertion dans le cadre de la restructuration de l'économie nationale. - Crédit maximum : 15 000 DT (50 000 DT pour les diplômés du supérieur). 	<p>Octroi de crédits à court et à moyen terme à un taux d'intérêt préférentiel de 5% maximum l'an.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Délais de remboursement : 6 mois à 7 ans. - Délais de grâce : 3 mois à 1 an.
Banque de Financement des PME (BFPME)	<ul style="list-style-type: none"> - Les nouveaux promoteurs - Les entreprises projetant une extension - PME adjudicataires d'un marché public - Investissement maximum de 80 000 à 4 millions DT 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ L'intervention de la banque est plafonnée à 1 million DT ▪ Octroi des crédits à moyen et à long terme en cofinancement avec d'autres institutions financières : <ul style="list-style-type: none"> - Moyen terme : 5 à 7 ans ; TMM + 2.75% allant à 3.25% - Long terme : 7 à 10 ans ; TMM + 3.5% allant à 4%
Leasing	<p>Contrat écrit, pour une durée déterminée, en échange d'un loyer qui permet au preneur :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la location des équipements (matériel ou biens immobiliers) achetés ou réalisés en vue de la location par le bailleur qui en demeure propriétaire ; - la possibilité d'acquisition par le preneur, à l'expiration de la durée de la location, de tout ou partie des équipements, moyennant un prix convenu. 	

- Les incitations relatives aux garanties

Structure	Bénéficiaires	Intervention
Société Tunisienne de Garantie (SOTUGAR)	Industries manufacturières, services informatiques, projets bénéficiant des concours du RITI dont le coût d'investissement est compris entre 50 000 DT et 4 millions DT...	Partage des risques - 75% : zones de développement régional - 60% : autres zones. Prise en charge : - 75% : zones de développement régional - 50% : autres zones.
Fonds National de Garantie (FNG)	Les petites et moyennes unités (PME)	Prise en charge : - 50% à 90% des crédits

Quelles sont les sources alternatives de financement pour les petites entreprises?

Il ya principalement deux sources de financement pour les petites entreprises. Les microcrédits et les programmes de développement des ONG qui visent des populations spécifiques (les femmes dans les zones rurales, les jeunes chômeurs ...).

Qu'est-ce qu'un microcrédit?

Est considéré micro-crédit tout crédit qui vise l'aide à l'intégration économique et sociale en finançant l'acquisition de petits matériels, d'intrants nécessaires à la production ou sous forme de fonds de roulement. Ces crédits peuvent être accordés également pour l'amélioration des conditions de vie.

Source : <http://www.alphatunisie.com>

Les microcrédits en Tunisie:

Ils sont principalement accordés par les sociétés de microcrédit locales, les associations et les ONG internationales.

Personnes éligibles aux microcrédits :

- Les individus qui appartiennent aux familles nécessiteuses et aux catégories vulnérables et ayant la capacité d'exercer une activité ;
- ou qui ont une qualification pour exercer une profession, un métier ou une activité ou les services et qui n'exercent pas un travail salarié.

Montant maximum et conditions d'octroi et de remboursement :

- La gamme des montants de microcrédits a changé avec la nouvelle réforme de la loi est maintenant elle est situé entre: 5000 DT et 20000 DT pour la création d'entreprise.
- 1000 DT pour financer les besoins visant l'amélioration des conditions de vie;
- Le Taux d'intérêt maximum : 5% ;
- Durée maximale de remboursement : trois années

Résumé du module:

Dans ce module, nous avons répondu à quelques questions liées aux sources de financement des entreprises, y compris:

- 1 - Comment décider de la nécessité d'un financement extérieur?
- 2 - Quels sont les types généraux de financement?
- 3 - Quels sont les avantages et les inconvénients de chaque source?
- 4 - Quelles sont les sources de financement dans ma région?

Module 9: La gestion des risques d'entreprise

Les risques d'Entreprise: c'est quoi?

Même les meilleures entreprises font face à des risques d'affaires. Les conditions changent. Il est sage d'en être conscient et d'être prêt à réagir au changement.

Le risque est toujours présent dans tous les efforts de l'homme, y compris les entreprises. Les entrepreneurs doivent toujours décider quel niveau de risque ils sont prêts à accepter de prendre, en comparaison avec les types de gains / profits qu'ils espèrent recevoir. Le risque 0 n'existe pas. Les entrepreneurs doivent avoir une vision réaliste concernant leurs risques d'affaires. La meilleure façon de traiter avec ces risques est d'être flexible et capable de s'adapter aux différentes situations et aux changements et être prêts à modifier leurs produits / services.

L'histoire d'Asma:

Asma a remarqué qu'il n'y avait pas de lignes téléphoniques dans son village. Elle a pris un prêt d'environ 1000 \$ et a ouvert un centre de télécommunications/ téléboutique à l'intérieur de son magasin. Peu de temps après, les gens commencent à avoir leurs propres téléphones à domicile et une autre personne a ouvert un centre de télécommunications, ce qui a réduit la demande et les profits d'Asma

Asma a dû changer son entreprise. Mais elle était prête. Elle avait mis des fonds de côté. Elle a élargi sa boutique, acheté une photocopieuse et commencé à fournir des services de copie.

La conjoncture change, Les clients changent, la concurrence change, la réglementation décrétée par le gouvernement change. Dans le cas d'Asma, les gens ont commencé à recevoir les téléphones résidentiels et utilisaient de moins en moins le centre de télécommunications.

Organisation du Module: (60min)

Dans ce module, vous allez initier les participantes aux risques de gestion. Vous pouvez commencer ce module en demandant à une participante de lire l'histoire et ensuite ouvrir un débat sur ce qui s'est passé dans l'histoire.

Activité:

Histoire de Asma

La conjoncture change, Les clients changent, la concurrence change, la réglementation décrétée par le gouvernement change. Dans le cas d'Asma, les gens ont commencé à recevoir les téléphones résidentiels et utilisaient de moins en moins le centre de télécommunications.

Fournir plus d'exemples sur les risques d'affaires causées par des catastrophes naturelles qui ne peuvent être contrôlées.

Passez ensuite à expliquer la planification de la gestion des risques au sein d'une entreprise et les stratégies pour être préparé.

Exercice:

Après avoir donné des exemples de la plupart des risques d'entreprise communs, demandez aux participants de se joindre à leurs groupes pour répondre à ces questions pour leur entreprise:

- Quels sont les risques potentiels de votre entreprise?
- Quels sont les événements futurs qui pourraient modifier la demande pour votre produit ou service?
- Quelles mesures peuvent réduire le risque?

Une propriétaire d'entreprise est consciente des risques potentiels, augmente ses chances de les dépasser, de réussir ses activités, de motiver son équipe et de préserver la confiance de ses partenaires.

Par conséquent, la clé pour réduire l'impact des risques est de les prévoir et se préparer pour les affronter



Exemple de risques causés par les catastrophes naturelles

En 2010, les cendres du volcan de l'Islande ont bloqué le trafic aérien. Ceci à causer de grands dommages aux entreprises qui devaient transporter leur marchandise.

Pour résoudre les problèmes les propriétaires d'entreprises ont commencé à louer de camion pour transporter leurs marchandises à leurs clients. Ainsi, les entreprises de camionnage ont bénéficié d'une augmentation des demandes.

Planification de la gestion des risques

Qu'est-ce que la gestion des risques?

Petites et moyennes entreprises sont exposées à des risques tout le temps. Ces risques peuvent affecter directement au jour le jour les opérations, réduire les revenus ou augmenter les dépenses. Leur impact peut être suffisamment grave pour mener l'entreprise à l'échec. La plupart des gestionnaires d'entreprise savent instinctivement qu'ils doivent avoir des polices d'assurance pour couvrir les risques sur la vie et la propriété. Toutefois, il existe de nombreux autres risques auxquels font face tous les commerces, dont certains sont négligés ou ignorés.

Chaque entreprise est soumise à des pertes éventuelles contre les risques mal gérés. Une bonne gestion des risques devrait réduire la probabilité qu'un événement particulier va avoir lieu et, si elle a lieu, elle devrait permettre de réduire son impact. La bonne gestion du risque protège aussi les ressources des entreprises.

La gestion des risques commence par l'identification des menaces éventuelles et met en œuvre des processus afin de minimiser ou de les inverser.

Stratégies et méthodes de la gestion des risques :

Beaucoup de grandes, moyennes et petites entreprises passent beaucoup de temps dans la gestion des risques et de la faire enraciner dans leur culture. Cela comprend la définition des composantes du risque, et l'élaboration des cadres et des processus sur la façon d'identifier, de mesurer et gérer le risque. Il n'est jamais trop tôt dans la vie d'une entreprise pour réfléchir et répondre à ces éléments.

Stratégies de gestion des risques comprennent:

- Étudier les tendances de consommation et les goûts de sorte que l'entreprise peut réagir au changement;
- Continuellement tester le marché pour voir quels produits et services les consommateurs préfèrent. Cela permet une meilleure compréhension de l'évolution du climat de consommation au cours de la modification du cycle économique;
- Promouvoir les produits et services qui vendent le mieux en période de ralentissement économique (ceux-ci peuvent être déterminées en testant le marché);
- Mettre en œuvre les assurances appropriées contre vos principaux risques identifiés;
- Gestion de la trésorerie quotidienne;

Table: Exemples des risques les plus communs

Type de risques	Description	Actions
Risques posés par les clients-	<p>Vous pourriez avoir un ou quelques clients qui génèrent le plus grande partie</p> <p>Si l'entreprise repose sur un petit nombre de clients importants, le résultat et de trésorerie peuvent être affectés en peu de temps si l'un d'eux s'arrête de générer des revenus.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - protéger votre business via la signature de contrats de service à long terme avec vos clients, ou en demandant continuellement leurs points de vue sur les produits de l'entreprise et des services -Diffuser les risques en développant des petits clients existants afin qu'ils deviennent plus grands clients - la recherche de nouveaux clients rentables -Trouver à moindre coût des moyens de desservir les clients les moins rentables
Risques posés par les fournisseurs-	<p>Vous pourriez avoir un fournisseur qui fournit la majorité des exigences du produit.</p> <p>Si l'entreprise repose sur un petit nombre de grands fournisseurs, la production, les bénéfices et les flux de trésorerie pourrait être affectée si l'un d'eux tombe en panne ou s'arrête de travailler avec l'entreprise.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - signer des contrats de service à long terme avec vos principaux fournisseurs. - la recherche d'autres fournisseurs capable de fournir des éléments similaires.
Risques posés par le personnel-	<p>Votre personnel puisse voir votre entreprise comme un passage temporel pour apprendre ;</p> <p>Si l'entreprise est perçue comme un employeur à court terme, le roulement de personnel élevé pourrait entraîner une perturbation de l'activité et la charge de trouver et de former de nouveaux employés qui ne livrera pas un</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mettre en œuvre les procédures de sélections qui augmentent la probabilité de trouver le personnel adéquat pour l'entreprise - Mise en place des accords de confidentialité signés par le personnel clé ou le cas échéant l'ensemble du personnel - Assurer la formation continue pour le personnel en accord avec les besoins de

	<p>retour à l'entreprise s'ils quittent aussi peu de temps après.</p> <p>Si un employé est essentiel au succès de l'entreprise, les ventes et les profits peuvent souffrir si l'employé met en place une entreprise en concurrence ou va travailler pour un concurrent.</p>	<p>l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - déléguer de plusieurs personnes pour accomplir des tâches clés et de servir de secours en cas de maladie ou de départ soudain
<p>Menaces à la bonne volonté et la réputation</p>	<p>S'il ya un rappel de produits à grande échelle, d'une fraude, ou tout autre événement similaire, il y aurait beaucoup de mauvaise publicité. Cela pourrait causer de la détresse immédiate de l'entreprise, y compris sa mise à la peine et les frais du remaniement. Cela causera sans doute des dommages à long terme à la réputation de l'entreprise.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - L'intégration des processus d'examen robustes pour éviter une situation qui peut nuire à la réputation de l'entreprise - l'intégration programmes de formation et de perfectionnement pour le personnel
<p>Risques posés par les technologies de l'information</p>	<p>Le niveau de risque créé par l'utilisation des TIC augmente à mesure que l'entreprise devient plus dépendante de ces outils.</p> <p>Si l'entreprise est fortement tributaire de l'informatique, elle pourrait ne pas être en mesure de fonctionner sans lui, par exemple, si le système informatique tombe en panne pendant une période de vente élevé.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Protéger les ordinateurs portables et ordinateurs de bureau - La protection des données en toute sécurité en effectuant des sauvegardes et stocker ces sauvegardes hors site - Utilisation de l'Internet en toute sécurité - la formation du personnel en TIC

Résumé du module

Dans ce module, participantes ont pu explorer les questions suivantes liées à la gestion de leurs risques opérationnels:

- Quels sont les risques opérationnels communs et comment les traiter?
- Qu'est-ce que la gestion des risques, et quelles stratégies sont utiles pour faire face aux risques de l'entreprise?

Module 10: Améliorer mes compétences organisationnelles et de ventes

Améliorer mes compétences, mon travail et mon entreprise:

De bonnes compétences organisationnelles sont cruciales pour maximiser votre productivité et pour vous aider à atteindre un style de vie équilibré. Cela nécessite beaucoup d'efforts et de pratique, mais ça vaut la peine. Une fois que vous aurez amélioré vos compétences organisationnelles, vous trouverez probablement que votre vie professionnelle et personnelle sont devenue beaucoup plus productive et équilibrée.

Il ne suffit pas d'avoir un système et de simplement tout noter. Mais une fois que vous avez un système, vous devez travailler avec diligence.

Améliorez vos compétences organisationnelles.

La liste de tâches: Créer une liste de tâches pour chaque jour. Placez vos priorités d'affaires au-dessus de votre liste. Cochez les tâches lorsque vous les faites. Vous devez exécuter votre liste de tâches tous les jours. Même si vous n'arrivez pas à tout faire en un jour, déplacer les tâches en cours à la liste du lendemain.

Agenda / Calendrier: Gardez un agenda. Vous pouvez utiliser un calendrier de papier, ou vous pouvez noter vos futurs rendez-vous dans votre téléphone mobile ou sur un appareil électronique. Assurez-vous de noter même les événements qui sont loin dans l'avenir. Par exemple, si un client vous demande d'appeler en six mois, mettez-le dans votre agenda. Cela vous aidera à éviter de manquer des opportunités.

La prise de notes: Prenez des notes quand vous parlez avec les gens. Parfois, noter les détails les plus insignifiants peut faire toute la différence sur votre prochain appel. Par exemple, si votre client mentionne un enfant malade, vous pouvez poser des questions sur l'état de l'enfant quand vous rappelez. Cela permet de créer des liens. Regardez votre agenda et les notes de chaque nuit, de sorte que vous soyez prêt pour le lendemain. Déplacer tout ce que vous n'avez pas terminé ce jour à la liste des tâches à faire le lendemain.

Dans ce module, les participantes seront initiées aux méthodes d'améliorations de leurs compétences organisationnelles et de vente.

Les questions principalement adressées sont les suivantes:

- Améliorer les compétences organisationnelles
- Améliorer les compétences en gestion du temps
- Les outils de gestion du temps
- Améliorer les compétences de vente
- La vente par le biais d'un blog ou d'un site Web
- Monétiser votre blog avec des annonces
- Intégration des méthodes de paiement e-commerce
- Avoir une stratégie de contenu de blog

Organisation de la section (30 minutes)

Lors de cette section, les participantes examineront les moyens d'améliorer leurs compétences organisationnelles. Elles recevront des instructions générales pour devenir plus organisées afin de gérer leurs petites entreprises de manière efficace. Parmi les compétences organisationnelles, elles apprendront la gestion du temps, certains outils gratuits en ligne basés sur la gestion du temps et leurs avantages.

Activité de brainstorming:

- Demandez aux participantes quelles sont les compétences dont elles ont besoin d'améliorer pour atteindre la réussite commerciale,
- Demandez aux participantes quels outils sont pratiques pour leurs entreprises.

La gestion du temps: Lorsque vous possédez une entreprise, le temps est une ressource rare. Vous devrez peut-être effectuer plusieurs tâches à la fois en raison d'un manque de personnel ou lorsqu'ils sont confrontés à des crises diverses. C'est pourquoi la gestion efficace du temps est essentielle pour votre succès en affaires. La gestion du temps garantit que vous terminez vos tâches principales quotidiennes, que vous ne perdez pas de temps sur des activités moins importantes et que vous respectez vos délais.

Améliorer vos compétences organisationnelles vous aidera à améliorer la productivité ; vous verrez les avantages: plus d'affaires, plus de clients et plus d'argent. Cela permettra de renforcer vos nouvelles bonnes habitudes et de vous donner la motivation pour continuer.

Tandis que vous travaillez sur l'amélioration de vos compétences organisationnelles, équipez-vous de bons outils. Avec le développement de la technologie de nos jours, nous pouvons utiliser plusieurs applications gratuites en ligne. Voici quelques outils pour vous aider à mieux planifier votre travail et à mieux gérer votre temps:



Agenda Google (Google Calendar): est une application libre pour organiser votre planning hebdomadaire et pour gérer votre temps. Elle vous permet de lister vos réunions et vos événements, de partager votre agenda avec votre équipe et de planifier des rappels pour chaque réunion / événement.

a



Doodle®

Organisez vos réunions

Gratuitement et sans inscription

Planifier un événement

Doodle.com: vous pouvez utiliser un outil comme Doodle pour planifier une réunion en ligne. Cet outil peut être très efficace pour vous, surtout si vous avez besoin d'un assistant, mais que vous ne pouvez pas vous permettre d'en engager un. Doodle est un excellent substitut dans ce cas. Vous définissez simplement votre disponibilité, et quand c'est le temps de coordonner des rendez-vous avec les autres, vous leur envoyez un lien vers votre calendrier, et ils choisissent les horaires qui correspondent aux leurs.

Rassemblement mensuel

Sondage lancé par Jean | 👤 1 | 💬 0 | ⌚ il y a moins d'une minute

Quand avez-vous du temps pour notre rassemblement mensuel ?

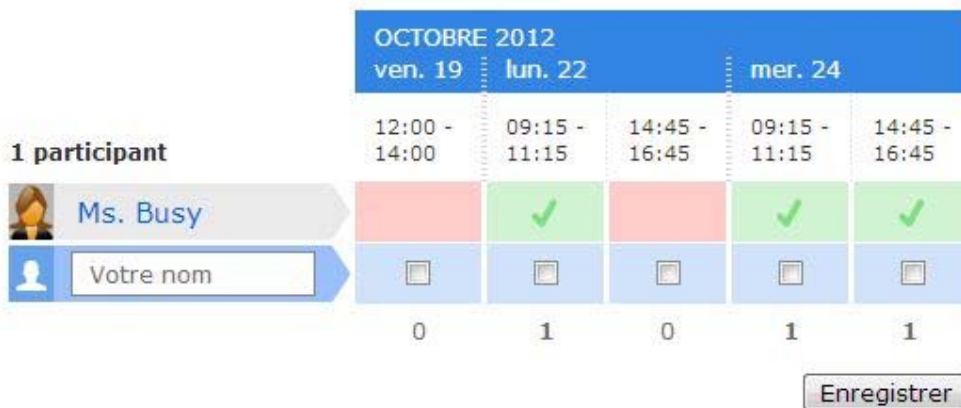
Vue tabulaire

Vue calendrier



Un exemple de sondage sur des dates.

En savoir plus...



Rememberthemilk.com : Vous pouvez utiliser cette application pour organiser votre liste de tâches. Cette application permet d'organiser vos tâches et de définir des rappels. Elle vous permet d'effectuer des tâches plus détaillées et ça vous offre une variété de catégories, telles que: travail, études, personnel, etc

Améliorer mes compétences en vente

Pour vendre, vous devez croire en votre produit ou service - et croire en vous-même. Vos compétences de vente dépendent, en grande partie, de votre niveau de confiance en vous-même.

D'autres personnes peuvent sentir si vous êtes confiant ou pas, et naturellement ils peuvent aussi déduire si vous croyez en ce que vous faites ou pas. Cette conviction est ce qui persuade le client d'acheter votre produit ou votre service. Par conséquent, la construction de votre confiance permettra d'améliorer vos compétences de vente.

Chaque propriétaire de petite entreprise est également impliqué dans les ventes, quel que soit son rôle formel. C'est pourquoi de nombreux entrepreneurs cherchent constamment à améliorer leurs compétences commerciales. Lorsque vous essayez de faire une vente, être à l'écoute peut être encore plus efficace que de parler.

Histoire 1:

Un couple voulait acheter une voiture. Ils ont effectué une visite aux vendeurs d'automobiles, mais d'abord ils ont décidé de simplement regarder les marques et la gamme de prix sur le marché avant de prendre une décision finale.

Pendant leur visite dans le troisième magasin, ils ont été accueillis par un employé énergique et convivial. Il a immédiatement engagé la conversation, et a commencé à parler d'autres choses que les voitures. Il a ensuite écouté attentivement l'ensemble des préoccupations du couple. Il a compris qu'ils voulaient la meilleure valeur possible pour leur budget et qu'ils avaient aussi besoin de temps pour prendre une décision, qu'ils ne regretteront pas.

Il leur a suggéré un modèle qui était exactement ce dont ils avaient besoin et leur a assuré qu'il comprenait leurs préoccupations et que ce serait le meilleur choix pour eux. Il n'était pas agressif dans sa tentative de faire une vente, alors il leur a demandé de réfléchir à propos de son offre et leur a laissé son numéro de téléphone.

Deux jours plus tard, le couple a appelé le commercial pour prendre rendez-vous et signer le contrat.

Organisation de la section (60 minutes)

Dans cette section, les participantes seront initiées aux moyens d'améliorer leurs compétences commerciales.

Activité

Inclure une vidéo d'un propriétaire de petite entreprise qui parle de son expérience d'amélioration des compétences de vente et montre des façons d'améliorer les compétences de vente des participantes, ou invitez un conférencier pour faire de même.

Histoire 1:

Demandez à une participante de lire l'histoire, puis discutez avec la classe sur le fait que l'écoute est une partie essentielle de la vente d'un produit / service à un client.

Exercice 1:

Demandez aux participantes de vendre n'importe quel objet dans leurs poches ou dans la salle de classe à leur partenaire. Le but de l'exercice est que le vendeur utilise «l'écoute active» tandis que l'acheteur parle de ses besoins et pose autant de questions que possible.

Expliquez aux participantes qu'un moyen facile d'améliorer leurs compétences de vente est par la formation et l'apprentissage grâce à des stages au cours de leur phase de planification de l'entreprise par exemple.

Vous devez être naturellement détendue et informelle, n'essayé pas d'être trop professionnel ou d'avoir un air autoritaire. Parlez de la même façon dont vous parlez à vos amis. Soyez sincère, et vos prospects vont réagir. Jouez sur vos points forts. N'essayer pas d'être quelqu'un d'autre. Au lieu de cela, concentrez-vous vos points à améliorer.

Vos techniques de ventes doivent inclure:

Dites au client **comment votre produit répond à ses besoins** ; de nombreux vendeurs passent trop de temps à vanter les vertus des caractéristiques de leur produit ou service. En d'autres termes ils parlent de ce qu'est leur offre, plutôt que de ce que le produit peut faire pour le client. Ainsi, une compétence de base de vente est la capacité de différencier entre:

- Les caractéristiques du produit / service.
- Comment ces caractéristiques peuvent être un avantage pour le client.

Si le vendeur ne parle que des fonctionnalités à leur client, le client va rapidement se lasser, car la plupart des fonctionnalités n'ont aucun intérêt pour eux. Le moyen le plus sûr pour le vendeur de procéder est de savoir exactement quels sont les avantages que le client recherche, et pour ce faire il a besoin de poser les bonnes questions.

Écoutez plus et parlez moins ; Les grands professionnels de la vente comprennent la valeur de l'écoute.

Vendre aux gens en dehors de votre **zone de confort** ; La plupart des vendeurs qui ont de bonnes compétences interpersonnelles peuvent vendre n'importe quoi, n'importe où et dans des contextes sociaux et culturels différents.

Vendre via un blog ou un site Web:

Le blogging a de nombreux avantages. Il augmente votre notoriété dans votre marché, il assure qu'il y a toujours un contenu à promouvoir, et il peut vous donner un coup de pouce dans les moteurs de recherche. Mais ce ne sont pas les seules façons dont les blogs peuvent aider votre entreprise.

Le moyen d'améliorer la proposition de votre blog est de développer un produit utile, rentable et en demande et qui attire les gens vers votre site, puis les fait revenir à plusieurs reprises.

Vous pouvez vendre des objets soit à travers votre blog ou votre site Web. Des plates-formes comme [WordPress](#) et [Blogger](#) vous permettent de vendre des articles (produits numériques ou tangibles) sur votre blog.

Tout ce dont vous avez besoin est un plug-in "e-commerce" ou "panier" virtuel. Une fois installé et configuré, le plug-in peut vendre n'importe quoi. Il ya beaucoup de plug-ins répertoriés en téléchargement gratuit sur le répertoire Plugin de WordPress.org.

La plupart des plug-ins e-Commerce de WordPress vous permettent de lister tous vos produits. Les visiteurs peuvent voir les textes, ou les descriptions basé sur les images ou vidéos de vos produits. Quand un visiteur voit quelque chose qu'il aime, il clique sur un bouton marqué "Ajouter au Panier" ou un bouton similaire. Le plug-in e-Commerce enregistre ces données tandis que le visiteur navigue sur d'autres produits. Lorsque le visiteur est prêt, il clique sur un bouton "Commander" ou quelque chose de similaire, ensuite il entre ses informations de facturation et confirme l'achat.

La plupart des plug-ins permettent de multiples types de paiements sécurisés, y compris PayPal, les cartes de crédit, les cartes de débit ou par chèque virtuel. Chaque mode de paiement doit être connecté au compte PayPal du propriétaire du site, à un compte bancaire ou tout autre compte pour recevoir des paiements.

Pour vendre des produits sur votre site, vous avez besoin de 3 choses: un panier d'achat virtuel, un système de paiement sécurisé (que vous pouvez obtenir à partir d'une solution de paiement en ligne, ou d'un autre organisme qui délivre de tels systèmes), et un compte marchand avec une passerelle de paiement (comme avec paypal).

Organisation de la section (30 minutes)

Lors de cette section, les participantes apprendront comment vendre via un blog ou un site web. Elles apprendront aussi des techniques pour gagner de l'argent à partir de blogs principalement en utilisant des annonces.

Exercice 2:

Demandez aux participantes de former des groupes de 2 et Prendre note des blogs qu'elles connaissent et qui utilisent la publicité, quels types et le nombre de publicités qu'ils affichent. Pour obtenir les réponses, cet exercice peut se faire en ligne au cours de la formation ou à la maison.

Histoire:

Demandez à l'une des participantes de lire l'histoire du succès du blog de Ken. Vous aurez alors besoin de mener une conversation sur les leçons à retenir de l'histoire concernant les publicités génératrices de revenus pour les blogs.

Comment monétiser votre blog?

En créant un blog, vous pouvez l'utiliser comme une plate-forme e-commerce. Vous pouvez gagner de l'argent, soit en vendant vos produits ou services, ou tout simplement par la monétisation de votre blog en utilisant les systèmes des annonces monétisé par clic et les programmes d'affiliation, sans avoir à vendre quoi que ce soit si vous le préférez.

Cela signifie que votre blog peut devenir une source de revenus sans faire de vente directe. Tout ce que vous devez faire est de créer une stratégie efficace pour le contenu du Blog qui aidera à attirer un grand nombre de lecteurs et de visiteurs, et ce qui vous aidera à gagner un revenu lorsque vous y incluez la publicité.

Les E-books (livres électroniques), les cours d'adhésion, les annonces de blogs, et autres produits sont tous utiles quand il s'agit de soutenir votre blog, et vos services, car ils démontrent la connaissance de votre sujet de votre niche. Vous pouvez également monétiser votre blog directement grâce à la publicité. Le système publicitaire le plus populaire auprès des blogueurs est AdSense de Google. De nombreux types et variétés de publicité existent, y compris:

AdSense:

Les bannières publicitaires: ce sont annonces graphiques traditionnels montrant un texte et des images. Ceux-ci peuvent être achetés et servis par un système de publicité ou peuvent être acheté comme une affaire privée entre l'annonceur et le blogueur.



Annonces monétisé par clic:

Ces annonces ont uniquement du texte et un lien sans images. Elles sont très ciblées, car elles peuvent être automatiquement adaptées au contenu de la page.

Ce sont des annonces rémunérées pour chaque clique. En effet, à chaque fois qu'un visiteur de votre blog clique sur ce type de publicités vous recevez de l'argent de l'annonceur.



Les annonces d'affiliation:

Ce sont des produits publicitaires basés sur un type récent d'annonces qui font la promotion des produits spécifiques auprès des détaillants ou des enchères. Ces systèmes ciblent les lecteurs avec des sélections de produits présentant des miniatures d'images et les prix, de manière contextuelle ou en fonction des modifications du blogueur et de ses recommandations.

Les blogueurs sont payés pour leurs efforts d'affiliation par un % à chaque fois qu'un client achète un produit via une annonce sur leurs blogs.



Apple iPod mini Pink Second Gen. (6 GB - M9805LL/A) MP3

Free Shipping, No Sales Tax, In Stock at Newegg.com

Description Deals Reviews Search

6 GB (Hard Drive), 3.6 oz., Audio Files: WAV, AAC, MP3 Pro, MP3 VBR, AIFF. Display Size: 1.67 inch

L'histoire du succès du blog de Ken :

Il ya quelques années, Ken a été diagnostiqué avec le diabète de type 2, et dans un effort pour apprendre plus d'informations sur la maladie, et de partager ces informations avec les autres, Ken a lancé le blog de theBattleDiabetes.com.

Ken a un emploi à temps plein. Pendant la nuit et les week-ends, Ken publie concernant les événements dans le monde de la recherche sur le diabète et l'importance de la prévention du diabète de type 2 par le régime alimentaire et l'exercice. Sa femme fait beaucoup de recherches au cours de la semaine, en ce que Ken qualifie comme un outil de motivation pour le garder sur la bonne voie.

Ce qui a commencé comme un projet éducatif amène maintenant à un revenu supplémentaire, de presque \$ 40.000 par an - grâce à Google AdSense, AuctionAds et Text Link Ads.

Les revenus générés par BattleDiabetes.com se répartit comme suit:

Google AdSense: 40%

AuctionAds: 40%

Text Link Ads: 20%

Ken dit que son chiffre d'affaires a vraiment amélioré une fois qu'il a installé à la fois Google AdSense et les spots publicitaires de AuctionAds sur son blog. Mieux encore, les deux formats peuvent être exécutés sur le blog en même temps sans qu'un outil interfère avec l'autre, et par l'intégration des annonces en douceur sur le site, les taux de clic sont plus élevés.

BattleDiabetes.com attire aujourd'hui 7000 à 9000 lecteurs par jour et Ken dit que la majorité du trafic provient des moteurs de recherche tels que Google, Yahoo et Ask.com.

Ken profite également pleinement des réseaux de médias sociaux pour construire une partie de son trafic. En utilisant un équilibre entre la passion, l'éducation, le partage, le référencement de base, le renforcement des liens et la publicité contextuelle, Ken a pris le diagnostic d'une maladie grave et mortelle et l'a transformé en une opportunité commerciale, tandis qu'il lutte au même temps contre sa propre maladie et aide les autres.

Intégration des différentes méthodes de paiement en ligne

Il existe de nombreuses méthodes de paiement e-commerce disponibles pour les commerces électroniques.

Les méthodes les plus courantes de paiement en ligne sont:

Organisation de la section (30 minutes)

Lors de cette section, les participantes apprendront comment intégrer les différentes méthodes de paiement en ligne sur leurs blogs ou sites web.

A la fin de cette section parlez aux participantes des différentes méthodes de paiement en ligne couramment utilisés au Maroc et en Tunisie.

Moyens de paiement en ligne	Description
<ul style="list-style-type: none"> • Cartes de crédits 	C'est le moyen le plus simple et plus rapide pour payer en ligne. Tous ce que vos clients ont à faire est de choisir le produit et entrer leurs informations de carte de crédit.
<ul style="list-style-type: none"> • Paypal 	<ul style="list-style-type: none"> ○ En choisissant d'intégrer Paypal sur votre site / blog, vous pouvez: <ul style="list-style-type: none"> ○ Recevoir les paiements par e-mail ○ Accepter les paiements par cartes de crédit sur votre blog/ site web (en installant le widget Paypal) ○ Vendre à des clients internationaux sur eBay
Moyens de paiements hors-ligne (offline)	Description
<ul style="list-style-type: none"> • Paiement à la livraison 	Ce mode de paiement nécessite également un temps de traitement. Une fois que vous passez votre commande sur un site Web, elle restera en attente de validation jusqu'à ce qu'elle soit vérifiée par l'entreprise. Si la commande est validée, un courriel est envoyé au client pour la confirmer. Ensuite, elle sera expédiée par les services de la poste, ou par les moyens de transport propres à l'entreprise. Une fois livré, le client paie alors le facteur / livreur directement en espèces.
<ul style="list-style-type: none"> • Transfères bancaire 	Ce mode de paiement nécessite plus de temps de traitement qu'un paiement par carte de crédit. Une fois que vous placez votre commande, elle est réservée pour une période de 7 jours. Ensuite, vous devez faire un virement bancaire de votre compte bancaire sur le compte bancaire de l'entreprise. Gardez à l'esprit que les transferts bancaires doivent être au moins 48 heures pour que l'argent soit transféré d'un compte à un autre.
<ul style="list-style-type: none"> • Paiement au point de retrait. 	C'est le moyen le moins cher pour acheter un produit en ligne sans que les clients ne payent des frais de livraison supplémentaires. Ils peuvent réserver du produit en ligne et le récupérer chez le magasin ou dans une autre adresse convenue.

L'intégration des cartes de crédit comme un système de paiements en ligne, reste un processus compliqué et lent sur inclure dans un blog ou sur un site web d'une petite entreprise dans les pays en voie de développement. Néanmoins, ce secteur se développe et il sera plus facile de mettre en œuvre des méthodes de paiements pareils, même pour les petites entreprises sur le moyen terme.

Cela ne veut pas dire que les entrepreneurs ne peuvent pas offrir leurs produits et leurs services en ligne afin de gagner plus de clients et faire croître leurs entreprises. Il existe différentes méthodes de paiement qui pourraient remplacer ou idéalement compléter le paiement par cartes de crédit. Voici une liste des méthodes de paiement les plus couramment utilisés par les commerces électroniques au Maroc et en Tunisie.

Modes de paiement e-commerce au Maroc:

- Paiement à la livraison
- Maroc Telecommerce (pour les sites E-commerce qui acceptent des cartes de crédit en ligne)
- Les chèques bancaires
- Organismes partenaires: Wafacash, Amanty ...
(le client paie en espèces dans une agence partenaire qui gère l'achat en moyennant un %)
- Payer en espèces au point de retrait (lieu d'affaires; adresse partenaire ...)

Modes de paiement e-commerce en Tunisie:

- E-Dinar (solution de la poste tunisienne)
- Virement bancaire
- Mandat (Mandat postale) cette opération prend environ 2-4 jours ou plus
- Chèques bancaires ou postaux

Stratégie de contenu Blog

Que vous souhaitiez créer un blog pour votre petite entreprise ou tout simplement améliorer celui que vous possédez déjà, vous avez besoin d'avoir une stratégie de contenu de blog. Une stratégie pour un bon blog contenu nécessite d'avoir un objectif clair pour le blog, l'identification et la compréhension de votre cible et de décider qui sera l'auteur des postes et qui arrive avec un flux constant de sujets à écrire.

Vous devez être clair sur le but de votre blog pour que le contenu vous permet d'atteindre vos objectifs.

Un blog d'une petite entreprise peut être utilisé pour:

- Augmenter les ventes et le trafic
- Apporter les clients de l'extérieur de votre région
- Vous établir comme un expert dans votre domaine
- Aider vos clients à comprendre ce que vous faites
- Créer un sentiment de familiarité ou de communauté avec vos clients réguliers
- Améliorer votre classement dans les moteurs de recherche

Le contenu du blog peut bien souvent remplir de multiples fonctions à la fois, mais seulement si vous écrivez avec ces objectifs en tête. Par conséquent, une stratégie d'un bon contenu de blog peut augmenter le lectorat de votre blog, ce qui aura une influence positive sur votre stratégie publicitaire du blog, et augmentera vos ventes si vous offrez des produits à vendre sur votre blog.

N'oubliez pas d'utiliser Pinterest comme un outil complémentaire pour attirer plus de visiteurs et de clients potentiels sur votre blog. Vous aurez besoin d'utiliser des photos de bonne qualité de vos produits ou de vos activités et services.

Vous n'avez pas besoin de partager tous les posts de blog sur Pinterest. Vous obtiendrez de meilleurs résultats si vous êtes sélective sur le partage de vos messages de blog, concernant des sujets qui ont déjà un public sur Pinterest. N'oubliez pas d'écrire des descriptions pour chaque photo que vous partagez.

Résumé du module:

Dans ce module, les participantes ont pu explorer les questions fondamentales liées à l'organisation et à l'amélioration des compétences de vente:

- Comment pouvez-vous devenir plus organisés pour améliorer votre productivité?
- Comment pouvez-vous améliorer vos compétences de gestion du temps en utilisant des outils de gestion de temps gratuits?
- Comment pouvez-vous améliorer vos compétences de vente?
- Comment pouvez-vous vendre des produits ou des services via un blog ou un site web?
- Comment pouvez-vous monétiser votre blog en utilisant différents types de publicité?
- Quelles sont les différentes méthodes de paiements en ligne?

Module 11: Le choix du type d'entreprise et de la forme juridique

Lorsque vous arrivez au stade de la mise en place de votre entreprise, vous devez maintenant déterminer le type d'entreprise que vous voulez avoir et sa forme juridique. Les exigences, les procédures administratives et juridiques et les frais varient en fonction du type de votre entreprise. Vous devez étudier tous ces éléments avant de prendre votre décision.

Les entreprises à domicile

Une entreprise à domicile est une petite entreprise qui opère à partir d'un bureau à domicile du propriétaire d'entreprise. Outre l'emplacement, les entreprises à domicile sont généralement définies comme ayant un très petit nombre d'employés (souvent le propriétaire travaille seul), et qu'elle emploie la famille immédiate du propriétaire d'entreprise, et dans ce cas elle est aussi une entreprise familiale.

Les entreprises à domicile ne disposent généralement pas de façade ou de boutique, de parking pour les clients et des enseignes publicitaires dans la rue.

Une entreprise à domicile partage des caractéristiques similaires d'une entreprise classique tels que:

- Offrir des produits ou des services,
- Avoir des clients
- Avoir des employés,
- Avoir une structure juridique,
- Collaborer avec les partenaires et les fournisseurs
- Générer un revenu,
- Avoir des responsabilités fiscales

Comment une entreprise à domicile diffère d'une entreprise classique?

À l'exception de l'emplacement, une entreprise à domicile est la même que n'importe quelle autre entreprise. Toutes les autres questions, y compris la nécessité d'un plan de

Dans ce module, les participantes seront initiées à l'importance de choisir le type d'entreprise et la forme juridique. Ce module met également en évidence les avantages d'une entreprise à domicile, avec quelques idées de base pour de bonnes entreprises à domicile et les étapes de leurs créations.

Choisir la bonne forme juridique pour l'entreprise est important pour leur future réussite. Les participantes vont explorer les concepts suivants:

- Les entreprises à domicile par rapport aux entreprises traditionnelles
- Les étapes pour créer une entreprise à domicile
- Choisir la bonne structure pour votre entreprise

Dans cette section, les formateurs expliqueront aux participantes les principales différences entre l'entreprise à domicile et l'entreprise classique.

Histoire 1:

Demandez à une participante de lire l'histoire et ensuite menez une discussion avec les participantes sur les raisons qui conduisent la femme dans ce cas à démarrer une entreprise à domicile, et les leçons à retenir.

Activité:

Invitez un responsable local d'une organisation de référence dans la création d'entreprise pour présenter les étapes de l'enregistrement d'une entreprise aux participantes et expliquer les services de conseils offerts.

marketing solide et d'un financement suffisant sont aussi valables pour l'entreprise à domicile.

Une entreprise à domicile a des avantages et des inconvénients, notamment:

Avantages:

Coûts d'exploitation réduits
Flexibilité de Travail
Réduction des coûts

Inconvénients:

Sentiment d'isolement
Les distractions et les interruptions
Pas d'espace pour recevoir des clients

Les principales différences entre une entreprise à domicile et entreprise classique peuvent se résumer à:

L'équilibre entre la vie personnelle et professionnelle- le travail à la maison permet à l'entrepreneur d'être à proximité de la famille. Toutefois, certaines tensions familiales peuvent survenir par conséquent, si l'équilibre entre la vie personnelle et professionnelle n'est pas traité de manière adéquate. Une entreprise classique, d'autre part peut offrir à l'entrepreneur un temps en dehors de la famille, mais elle peut aussi consommer beaucoup de son temps personnel, ce qui pourra entraîner des tensions familiales quand même.

Le contact avec les partenaires et les clients- un chef d'entreprise à domicile peut rester en contact avec ses clients et ses partenaires, que ça soit par téléphone ou par Internet, ou par la gestion des réceptions à la maison. Un bureau à domicile ou une place adéquate à la maison du propriétaire devrait être consacrée à ce sujet, pour donner plus de crédibilité et de professionnalisme à l'entreprise.

La flexibilité du temps- travailler à la maison, peut offrir un horaire souple pour les entrepreneurs. Ils peuvent gérer des tâches personnelles et professionnelles simultanément. Une entreprise classique nécessite habituellement plus de temps de travail fixes, et les propriétaires finissent généralement par passer plus de temps que prévu loin de chez eux afin de faire face aux différentes tâches de leurs entreprises.

Les étapes pour créer une entreprise à domicile: Société à Responsabilité Limitée ou Entreprise Individuelle?

Afin de créer votre entreprise à domicile, vous devez procéder comme si vous aviez l'intention de démarrer une entreprise ordinaire.

Histoire 1:

Khadija est une enseignante à l'école primaire. Elle a eu son deuxième enfant et elle était débordée entre son travail et ses enfants.

Elle était perdu entre le fait qu'un deuxième revenu était nécessaire pour sa famille, et que ses enfants avaient besoin d'elle à la maison. En parlant avec ses collègues à propos de cette question qui la préoccupait, elle a appris qu'elles souffrent aussi des mêmes problèmes. Elle a parlé à ses voisins au sujet et la réponse était la même.

Avec beaucoup de détermination, elle a décidé d'utiliser ses connaissances et son expérience dans le traitement des enfants et lancer son entreprise de garde à domicile pour les mères qui travaillent dans sa communauté. L'activité a été très fructueuse car elle a répondu aux besoins de la communauté et en même temps ça lui a permis de prendre soin de ses enfants et de gagner un revenu correct.

Les deux meilleurs choix que vous pouvez considérer d'abord, pour commencer une petite entreprise sont la société à responsabilité limitée (SARL) et l'entreprise individuelle.

Afin de créer l'une des deux formes juridiques mentionnées ci-dessus ou une entreprise qui a un caractère commercial ou industriel, ou qui offre des services, l'API est l'endroit où vous devez aller. Ainsi, il facilite le processus de la création en offrant une fenêtre unique, où tous vos papiers peuvent être gérés dans un même lieu et dans des délais plus courts.

Dans cette section, les formateurs présenteront aux participantes les étapes pour créer une entreprise à domicile, en se concentrant sur deux formes principales:

- La société à responsabilité limitée (SARL)
- L'entreprise individuelle

Les participantes pourront également apprendre davantage sur les facilités pour la création d'entreprise qui sont offerts par l'Agence pour la promotion de l'industrie et de l'innovation (API).

Les mesures légales pour les entreprises industrielles, commerciales ou de services en Tunisie:

Vous pouvez commencer par déclarer votre projet en ligne auprès de l'Agence pour la promotion de l'industrie et de l'innovation (API) sur <http://www.tunisieindustrie.nat.tn>. Vous pouvez aussi vous présenter directement à l'une de leurs nombreuses agences et déposer votre demande.

L'API est un établissement public qui facilite la tâche de créer des projets industriels et de services en un seul endroit (déclaration de projet en ligne en 24 heures, la constitution légale d'une entreprise en 24 heures, la gestion des prestations gouvernementales dans environ 30 jours).



Les mesures légales pour créer une entreprise individuelle en Tunisie:

Étape 1-Déclaration de l'existence et l'obtention d'un numéro d'identification fiscale au bureau des «contrôles des impôts».

Étape 2 - Inscription au Registre du commerce et des sociétés au tribunal de commerce « Greffe du Tribunal».

Les mesures légales pour créer une société à responsabilité limitée (LLC / SARL):

Étape 1 - Enregistrement des statuts au bureau des "recettes de finances".

Étape 2 - Déclaration de l'existence et l'obtention d'un numéro d'identification fiscale au bureau de contrôle fiscal «contrôle des impôts».

Étape 3 - Publication de l'entreprise à "Imprimerie Officielle de la République Tunisienne" (IORT).

Statuts légaux	Capital minimum	Gestion de l'entreprise	Nombre de partenaire	Responsabilité des investisseurs
Entreprise individuelle	0	Personne naturelle	1 personne	Tous les biens personnels
SARL	1 000 Dinars	Manager (s) ou associé (s)	2 personne ou plus (50 max)	Limité au montant investi

N.B. La SARL peut être constituée par une seule personne physique; dès lors, elle sera dénommée société « unipersonnelle à responsabilité limitée » (SUARL). Elle jouit du même statut et des mêmes conditions de création que la SARL, à la différence qu'il suffit d'une seule personne pour la constituer. Grâce à cette nouvelle structure, l'entrepreneur individuel peut protéger son patrimoine personnel et bénéficier des avantages de la SARL. En outre, il est facile de passer en SARL par simple changement de statuts.

Conseils pour gérer une entreprise à domicile avec succès:

Organisez votre espace de travail- organisez votre espace de travail de manière efficace et éliminez les éléments qui ne sont pas liés au travail pour vous concentrer sur l'entreprises.

Traitez vos responsabilités juridiques- une entreprise à domicile a les mêmes obligations légales que l'entreprise ordinaire. Vous aurez toujours besoin d'avoir un permis d'exploitation, un permis de ventes et toute autre autorisation nécessaire en fonction de la nature de votre activité. Vous aurez également besoin de mettre en place un système efficace de suivi de la trésorerie, un compte bancaire séparé et une ligne téléphonique distincte.

Équilibrez vos heures de travail et votre temps libre- tentez d'établir des heures de travail régulières. Informez votre famille et vos amis que vous êtes sérieux à propos de votre travail et que vous avez besoin de travailler sans interruption.

Être auto-disciplinés- soyez prêt à travailler de longues heures lorsque cela est nécessaire. Si un effort supplémentaire est nécessaire pour achever le travail, vous aurez à le faire. Il faut toujours s'en tenir à son programme.

Des idées pour une entreprise à domicile :

- Anniversaires,
- Organisateur de mariage,
- Garde d'enfants,
- Organisateur de fêtes,
- Consultant,
- Service de shoppings personnels,
- conception de bijoux personnalisés,
- Formation en informatique,
- Distribution de produit de beauté,
- Décoration de gâteaux,
- Artisanat,
- écrivain Freelance / Blogger.

Il existe de nombreux types d'opportunités d'affaires à domicile qu'une personne peut choisir. Certaines de ces entreprises offrent des services, ce qui signifie qu'ils sont principalement axés sur la prestation de services. D'autres offrent des produits, ce qui signifie l'entreprise vend un certain type de produit plutôt que d'offrir un service. Il y a aussi des entreprises qui vendent des produits combinant les deux. Les opportunités d'une entreprise à domicile diffèrent également en termes de ce qu'elles servent. Certains mettent l'accent sur les ventes aux consommateurs, tandis que d'autres cherchent à répondre aux besoins des entreprises.

Certaines opportunités d'affaires à domicile sont axées sur les services, ce qui signifie que leur but est de répondre à un besoin ou à une sélection de besoins. Par exemple, certains types d'entreprises à domicile peuvent fournir des conseils et des recommandations. D'autres peuvent apporter un soutien aux besoins d'une personne, comme les cadeaux, les courses, ou les services de nettoyage, les services de garde d'enfants... les entreprises d'assistantat virtuel comptent parmi les entreprises de services aussi.

D'autres types d'entreprises à domicile offrent des produits. Les types de produits qu'une entreprise à domicile peut vendre sont aussi variés que ceux qu'une entreprise classique peut offrir. Par exemple, ce type d'entreprise peut vendre des ordinateurs, des livres, des vêtements, des bijoux, des parfums, ou tout autre produit que leurs compétences leur permettent de vendre. Certains vendent aussi des articles que l'entrepreneur a personnellement créés, comme l'artisanat ou les créations artistiques.

Souvent, les entreprises ne sont ni strictement axés sur les services, ni sur les produits; certaines opportunités d'affaires à domicile combinent les services avec les produits. Par exemple, une opportunité d'affaires à domicile peut impliquer la vente de logiciels de création de site tout en développant des sites web pour ceux qui ne sont pas intéressés à le faire par leurs propres moyens.

Comme nous l'avons dit précédemment, une entreprise à domicile est la même qu'une entreprise traditionnelle, à l'exception de l'emplacement. Ainsi, ils ont tous deux besoin d'avoir un statut juridique. Dans la section qui suit, nous allons explorer les différentes formes juridiques qui existent.

Choisir un statut juridique:

L'une des décisions les plus importantes que vous prendrez est le choix de la forme juridique de votre entreprise. Il ya des avantages et des inconvénients pour chaque forme d'organisation. Voici les facteurs qui vont influencer votre choix de forme légal:

- Votre besoin en fonds de roulement
- Votre type d'entreprise
- Quand vous souhaitez démarrer votre entreprise
- La possibilité de financer votre entreprise
- Le nombre de personnes impliquées dans l'entreprise
- Les responsabilités et les risques que vous êtes prêt à assumer

Les formes les plus courantes pour créer une entreprise sont les suivantes:

- Entreprise individuelle
- Partenariat
- Société
- Société à responsabilité limitée
- Coopérative

Dans cette section, les formateurs expliqueront aux participantes les différents statuts juridiques qui existent pour les petites entreprises, y compris celles basées à domicile et les classiques.

Activité:

Inclure une vidéo d'un créateur d'entreprise qui peut expliquer son expérience avec le choix d'un statut juridique pour sa petite entreprise ou une vidéo d'un fonctionnaire qui peut expliquer aux participants comment faire le meilleur choix pour les petites entreprises pour leur forme juridique.

Discutez avec les participantes à propos des formes juridiques les plus courantes des petites entreprises au Maroc et en Tunisie, comme indiqué à la fin de la section.

Forme juridique	Description	Avantages	Inconvénients
Entreprise individuelle	Une personne qui dirige une entreprise sans partenaire ou une structure de société. C'est le moyen le plus simple et le moins cher de la structuration d'une entreprise.	<ul style="list-style-type: none"> - Facile à démarrer et facile à cesser parce que le l'entrepreneur a le plein contrôle sur l'entreprise. - Le propriétaire gagne tous les profits de l'entreprise. - Le propriétaire ne paie que les taxes sur les bénéfices. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le propriétaire est responsable de tous les fonds de l'entreprise, augmenter le capital ainsi peut être difficile. - Le propriétaire serait responsable de toutes les dettes accumulées par l'entreprise
Société à Responsabilité limité (SARL/SUARL)	Cette structure est considérée comme une entité distincte de l'entrepreneur qui l'a gère et donc la répartition des bénéfices, ainsi que la fiscalité et les responsabilités juridiques d'une SARL sont différente d'une entreprise individuelle ou d'une autre société.	<ul style="list-style-type: none"> - La SARL est une structure fiscale flexible, permettant aux propriétaires de décider s'ils veulent être imposés comme une société, entreprise individuelle, société de personnes ou une personne morale. - Les propriétaires d'une SARL sont protégés contre les actes ou les dettes de la société 	<ul style="list-style-type: none"> - Trouver des fonds pour une SARL pourrait être plus difficile, par ce que certaines structures sont relativement nouvelles, et les créanciers et les prêteurs trouvent d'autres formes plus viables. - Certaines banques ne prêtent de l'argent aux SARL, qu'à condition que ses membres deviennent responsables de sa dette.
La Société en nom collectif (SNC)	Cette structure exige une intention de partager les bénéfices et d'avoir un entendement que les associés agissent pour le compte des autres dans les affaires. Tous les associés ont la qualité de commerçant. Le nombre minimum d'associés est de 2.	<ul style="list-style-type: none"> - La SNC séduit par sa souplesse de fonctionnement, sa simplicité de gestion, la facilité des relations avec les partenaires - Cette forme ne requiert pas de capital minimum. 	<ul style="list-style-type: none"> -pour le paiement des dettes de la société, les créanciers peuvent s'attaquer aux patrimoines personnels des associés si le patrimoine social fait défaut. - L'IR de chaque associé peut être mis à la charge de la société: donc les associés sont tenus solidairement au paiement des impôts sur le revenu de l'autre associé.
Société anonyme (SA)	Une forme très courante d'entreprise. Elle est donnée des droits légaux en tant qu'entité moral distincte et protège ainsi ses propriétaires en cas de poursuite légal. La société appartient à un groupe de personnes connu sous le nom actionnaires.	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilité : les actionnaires ne répondent que de leur part du capital-actions. - Les actions sont librement cessibles et transmissibles. 	<ul style="list-style-type: none"> - La constitution d'une SA suppose la réunion de sept actionnaires et un capital de cinq mille (5.000) dinars - il est interdit à un administrateur déjà en fonction de devenir salarié et un salarié ne peut devenir administrateur que sous certaines conditions.

Pour faire le meilleur choix, il est recommandé de considérer les avantages et les inconvénients, compte tenu de votre situation personnelle et de la nature et des objectifs de votre entreprise.

Comme pour toute décision importante que vous ferez en tant que chef d'entreprise, il est important d'étudier les différentes options, prendre en considération les besoins et les particularités de chaque option, puis prendre la décision qui convient à votre entreprise.

Trouver le local idéal de l'entreprise

Le choix d'un lieu d'affaires est peut-être la décision la plus importante qu'un entrepreneur peut faire. Il nécessite une planification et une recherche précises. Il s'agit d'examiner les données démographiques, d'évaluer votre chaîne d'approvisionnement, la portée de la concurrence, la compréhension des lois étatiques et des taxes, et bien plus encore, tout en respectant votre budget.

Voici quelques conseils pour vous aider à choisir le site d'implantation.

- Déterminez vos besoins

La plupart des entreprises choisissent un endroit qui offre une exposition sur les clients. En outre, il existe des facteurs moins évidents et des besoins à prendre en compte, par exemple: l'image de marque - L'emplacement est-il conforme à l'image que vous souhaitez conserver?

La concurrence : Les entreprises autour de vous sont complémentaires ou concurrentielles?

Le marché du travail local : Est-ce qu'il y a des employés potentiels dans la zone? Quel sera leur navette?

Plan pour la croissance future: Si vous prévoyez une nouvelle croissance, trouvez un local qui dispose d'un espace supplémentaire quand vous en aurez besoin.

La proximité des fournisseurs : Ils doivent être en mesure de vous trouver facilement aussi.

Sécurité : Considérez le taux de criminalité. Est-ce que les employés se sentent en sécurité seuls dans le bâtiment ou pour marcher à leurs véhicules?

- Évaluer vos finances

En plus de déterminer ce que vous pouvez vous permettre, vous devez prendre d'autres considérations financières:

Les coûts cachés - Très peu d'espaces sont prêts à être exploités en affaires. Incluez les coûts comme la rénovation, la décoration, la modernisation du système informatique, et ainsi de suite.

Dans cette section, les formateurs expliqueront aux participantes comment choisir un emplacement parfait pour leurs entreprises, au cas où elles seront intéressées par la création d'une entreprise autre que celle à domicile.

Aidez les participants à trouver des réponses aux questions liées à l'évaluation de l'emplacement à la fin de cette section.

Résumé du module:

Dans ce module, les participantes ont été initiées aux différents types d'entreprises et de formes juridiques. Les questions qui ont été posées sont notamment:

- Qu'est-ce qu'une entreprise à domicile?
- Comment une entreprise à domicile diffère-t-elle d'une entreprise classique?
- Quelles sont les étapes pour créer une entreprise à domicile?
- Quels sont les différents statuts juridiques pour mon entreprise?
- Comment choisir un emplacement pour l'entreprise?

Module 12: Implémentation de votre plan business

Mettre votre plan business à l'action:

Lorsque vous aurez terminé la rédaction de votre plan business, n'oubliez pas que vous venez juste de commencer. Maintenant, vous devez mettre votre plan à l'action.

Un plan business est un outil efficace pour démarrer votre entreprise mais si ça devient obsolète, ça sera inutile pour votre entreprise. Un plan d'affaires peut être utilisé comme un outil pour déterminer où vous êtes maintenant et dans quelle direction vous voulez que votre entreprise se déplace et se développe. Un plan business va également vous assurer de respecter certains objectifs clés et de gérer les priorités de l'entreprise.

Un plan business ne doit pas rester sur le papier. Il doit être exécuté, modifié et ajusté en fonction du processus de mise en œuvre. Par conséquent, la planification de votre entreprise ne doit pas s'arrêter alors que vous implémentez votre entreprise.

La planification des activités en cours signifie que vous avez besoin de surveiller, réviser et mettre à jour chaque composante de votre plan business:

Vos Objectifs « Smart » d'entreprise: vous devez identifier les ressources que vous allez utiliser pour atteindre vos objectifs. Imprimez vos objectifs et les coller quelque part où ils seront visibles. Vous devez garder vos objectifs tout le temps devant vous et dès que vous évaluez que vous avez atteint vos objectifs d'affaires SMART pour le premier mois ou le trimestre, vous aurez besoin d'identifier de nouveaux objectifs SMART pour la prochaine phase,

Budget et projections: vous devez vous assurer que vous gérer votre entreprise en fonction de vos prévisions budgétaires. Sur la base de vos prévisions budgétaires de fonctionnement déterminez votre budget pour chaque semaine ou chaque mois, et tenez-vous à ce budget. Gardez vos dépenses sur une livre de caisse (cashbook) quotidiennement,

Stratégie de marketing: vous devez revoir votre analyse de la concurrence et vous assurez de faire les mises à jour nécessaires en fonction de votre nouvelle recherche. Vous devez aussi revoir votre analyse SWOT et faire les ajustements appropriés pour améliorer votre productivité. Vous devez également vous assurer que vous atteignez les clients que vous avez prévus.

Stratégie de communication: vous avez besoin de revoir vos objectifs de la stratégie de communication et d'appliquer les outils qui vous aideront à les atteindre.

Les coûts de production: vous avez besoin de comparer les projections des coûts de production avec vos coûts de production réels,

Dans ce module, vous allez préparer les participants au processus d'implémentation de leur plan business. Vous avez besoin de leurs rappeler:

- 1 - La nécessité de mettre le plan business en pratique et de ne pas seulement le garder sur le papier,
- 2 - L'importance de revoir et de mettre à jour et faire les ajustements appropriés au plan business.

Stratégie de prix: vous avez besoin de déterminer si le prix que vous proposez est correcte ou s'il doit être revu,

Bénéfice et ventes: préparez le compte des profits et des pertes sur une base régulière et comparez les à vos prévisions de ventes pour déterminer si vous respectez vos prévisions de ventes et si vous réalisez des profits.

Flux de trésorerie: vous devez mettre à jour votre outil de suivi des flux de trésorerie en fonction de vos dépenses réelles et de vos revenus et les comparer à vos prévisions de flux de trésorerie et préparer votre résumé actuelle des flux de trésorerie afin de déterminer si votre entreprise dispose d'un surplus et comment celui-ci sera réinvesti ; ou un déficit et comment il va être modifié.

Vous pouvez maximiser vos chances de succès en adoptant **un cycle de planification commerciale continu** et régulier qui maintient le plan à jour.

Organisez votre processus d'implémentation:

Gérer une entreprise peut devenir accablant et très difficile surtout si vous gérez votre entreprise seul ou avec une petite équipe. Lorsque vous pourrez commencer à mettre en œuvre la planification de votre entreprise, vous remarquerez que vous aurez des tâches que vous devez effectuer qu'une seule fois et d'autres qui sont répétitives. Faites une liste de tâches qui doivent être préformés régulièrement et décidez de leur fréquence. Ensuite, préparez un échéancier qui permettra de recueillir toutes les tâches. Cela vous aidera à planifier votre temps et vos ressources afin que toutes les tâches nécessaires soient effectuées dans un délai déterminé.

Etape 1: Tâches énumérés selon la fréquence

Article	Fréquence
Les objectives SMART de l'entreprise	Une fois par mois ou chaque trimestre
Budget	Hebdomadaire ou mensuel
Acheter des matières premières	Chaque deux semaines
Livre de caisse	Quotidiennement
Stratégie de Marketing	Hebdomadaire
Stratégie de Communication	Hebdomadaire
Stratégie de media sociaux	Une heure par jour
Bénéfices et pertes	Une fois par semaine
Livre de caisse	Une fois par mois

Étape 2: Préparer une chronologie (timeline)

Décomposez vos objectifs SMART en actions et mettez les toutes avec vos tâches du plan business dans une chronologie. Ci-dessous, regarder l'échantillon du calendrier:

L'échantillon du calendrier												
Action/tache	Mois d'action pour la tâche assignée											
	October				November				December			
	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4	W1	W2	W3	W4
Finaliser l'enregistrement	X											
Demander un crédit	X											
Trouver un local	X											
Le budget hebdomadaire des coûts	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Acheter les matières premières		x		x		x		x		x		x
Payer loyer				x				x				x
Payer électricité/eau				x				x				x
Livre de caisse												
Réviser le livre de caisse	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Flux de trésorerie				x				x				x
Bénéfices et pertes	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Marketing	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Communication	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Stratégie des médias sociaux												
Production	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Livrer la commande 1				x								

En fonction de votre calendrier d'exécution du plan business, préparez votre calendrier hebdomadaire et liste des tâches à faire quotidiennement. Vous aurez besoin de coller les documents quelque part où ils seront visibles pour faire le suivi de votre processus de mise en œuvre.

Résumé du module:

Dans ce module, vous avez préparé les participantes au processus d'implémentation de leur plan business. Vous avez besoin de leurs rappeler:

- 1 - La nécessité de mettre le plan business en pratique et ne pas le garder seulement sur le papier,
- 2 - L'importance de revoir, mettre à jour et faire les ajustements appropriés au plan business,
- 3 - Les étapes et les outils pour mettre en œuvre votre plan business,

Révision du module:

Fournissez un bref aperçu des sujets abordés dans ce module et conclure la séance par une discussion ouverte avec les participantes sur la façon dont elles envisagent de mettre en œuvre leurs activités.

Module 13 : la gestion des ressources humaines

Tandis que vous développez votre entreprise, vous devez déterminer si vous avez besoin d'embaucher plus de personnes pour atteindre vos objectifs d'entreprise. Par conséquent, vous devez évaluer vos besoins en personnel et les planifier.

Planifiez vos besoins en personnel

Les besoins en personnel pour les entreprises sont souvent fondés sur les points suivants:

- Les prévisions de ventes - à partir de cela les niveaux de production future peuvent être déterminés.
- Le niveau de production et le type d'entreprise- ce qui comprend deux catégories:
 - Management (propriétaire, gestionnaires ...)
 - Main-d'œuvre (assistant; employés ...)

Les niveaux prévus de besoin en personnel seront tirés de la prévision de l'entreprise à long terme et de l'augmentation de la capacité de travail dont l'entreprise aura besoin. Les frais du personnel et les budgets peuvent alors être révisés sur cette base. Vous aurez besoin d'examiner les besoins en personnel à court, moyen et à long terme. En d'autres termes, vos besoins en personnel vont changer en fonction du stade de développement et du niveau de votre entreprise.

Le calcul des besoins en personnel s'inscrit dans le cadre de la planification des ressources humaines, et du processus d'analyser et d'identifier les lacunes et les surplus de personnel. Planification des ressources humaines met l'accent sur le personnel de l'organisation avec le bon nombre d'employés ayant les compétences requises en cas de besoin, pour répondre aux objectifs de l'entreprise à court terme et à long terme. Les propriétaires doivent également chercher des

Dans ce module, les participantes seront initiées aux compétences de base en gestion des ressources humaines, y compris:

- Les besoins en personnel et les besoins de planification
- Élaborer un organigramme
- Techniques pour créer des descriptions d'emploi
- la sécurité sur le lieu de travail
- Mettre en place un système de suivi et d'évaluation

Organisation de la section (30 min)

Dans cette section, vous aurez besoin d'expliquer aux participantes comment elles peuvent planifier leurs besoins en personnel.

Vous devez expliquer aux participantes la valeur et les avantages de la planification du personnel, qui sont principalement:

- Un personnel qualifié fournira une main-d'œuvre efficace, capable de traiter avec une entreprise en pleine croissance.
- Améliore le moral du personnel et de la motivation.
- Permet au personnel d'être plus flexible.
- La qualité du travail permettra de réduire tout gaspillage.
- La formation peut être dispensée dans une variété de façons dans le lieu de travail.

Donnez-leur aussi des exemples de postes, tels que:

- Manager
 - o Responsable des Ressources Humaines
 - o Chef de service
- Assistant
- employé

Activité:

Invitez un représentant d'une organisation locale similaire à l'ANAPEC qui offre une assistance similaire aux entrepreneurs, pour qu'il parle de leur travail aux participantes.

organismes publics qui pourraient faciliter le processus de planification du personnel.

A la fin de cette section, expliquez aux participantes que « la formation sur le lieu de travail » est une forme courante de formation, qui implique peu de frais et qui peut être entreprise au sein de l'entreprise. Elle implique généralement que des stagiaires observent un travailleur expérimenté et essayent de nouvelles tâches avec la présence d'un autre employé pour les superviser et leurs donner des conseils.

Au Maroc, par exemple, l'ANAPEC (un organisme public) facilite les procédures de dotation en personnel en:

- Aidant à identifier vos besoins en personnel
- Publiant des offres d'emploi gratuitement
- Aidant dans le processus de la présélection
- Un recrutement de personnel simplifié avec une réduction des charges sociales pour l'embauche des nouveaux diplômés durant les 12-24 premiers mois.

Il est important de se rappeler d'évaluer vos besoins en formation pour vous-même ainsi que pour votre équipe. Vous pouvez avoir des compétences solides dans votre domaine particulier, mais considérez que, vous ainsi que votre équipe, devez améliorer vos compétences générales en gestion, par exemple: la gestion des finances, informatique, marketing, gestion de projet et des personnes et le développement. Toutefois, cela ne devrait pas être un fardeau qui va consommer tout le temps des entrepreneurs et des employés. La formation des employés sur le lieu de travail, est une meilleure option pour économiser à la fois le temps et les ressources.

Les informations seront requises d'une variété de sources afin de déterminer les besoins de développement de l'entreprise et du personnel. Les sources qui peuvent vous aider à identifier ces besoins peuvent comprendre votre plan d'affaires, l'analyse des points forts de l'entreprise, de ses faiblesses, ses opportunités et ses menaces (de votre analyse SWOT), et les dossiers des employés (les plans de développement, les dossiers de formation, les postes occupés, les qualifications) pour voir si vous avez besoin d'embaucher plus de personnel possédant les compétences nécessaires pour répondre à vos objectifs d'entreprise.

Élaborer un organigramme

L'organigramme est une représentation graphique du flux de commandement de l'entreprise. En commençant par le chef d'entreprise, les branches hiérarchiques de l'organigramme se développent verticalement et horizontalement pour montrer les relations et peut servir comme un outil pour les décisions en dotation de personnel.

Un organigramme permet aux travailleurs de voir exactement où ils se situent dans la hiérarchie de l'entreprise. Cela permet d'éliminer les questions des travailleurs concernant à qui ils doivent rendre leurs rapports, surtout si vous avez nommé un assistant / responsable pour superviser certaines tâches de l'entreprise.

Une fois que vous créez votre organigramme, tenez-le à jour. Imprimez ou préparez un document PDF à partager avec vos employés.

Exemple: tableau organisationnelle d'une petite pâtisserie

Organisation de la section (30 min)

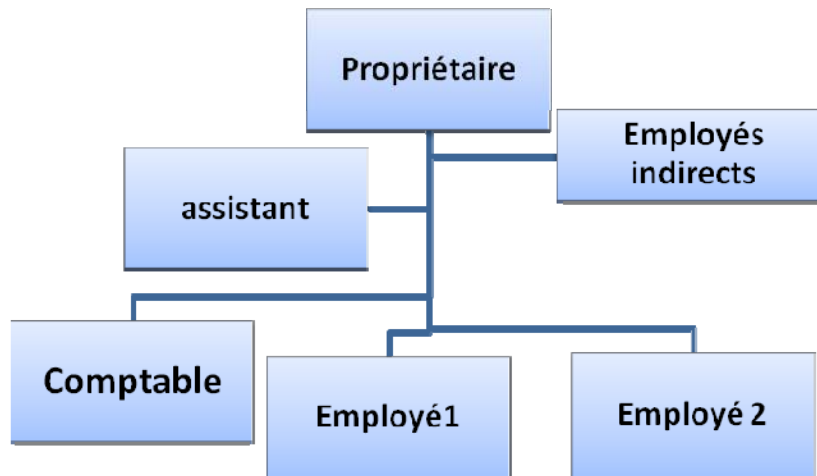
Dans cette section, vous allez expliquer aux participantes comment elles peuvent développer un organigramme pour leurs entreprises.

Vous expliquerez aux participantes, sur la base de l'exemple d'organigramme ci-dessous, qu'elles peuvent engager des travailleurs indirects pendant la phase de démarrage pour minimiser les coûts et les dépenses de l'entreprise.

Dans cet exemple, le propriétaire d'une pâtisserie embauche des femmes qualifiées dans la pâtisserie pour travailler à temps partiel à partir de leur domicile. Cela permet d'économiser beaucoup de temps, d'espace et de frais à l'entreprise.

Exercice 1:

Lorsque vous aurez terminé d'expliquer l'exemple, divisez les participantes en groupes de 4. Demandez à chaque participante de faire un organigramme en fonction de leur idée d'entreprise. Chaque groupe présentera un organigramme des membres du groupe qu'ils choisissent. Toutes les participantes doivent être encouragées à garder leurs organigrammes personnels.



Étapes pour créer un organigramme:

Etape	description
Description du poste	Obtenez ou créez des descriptions de poste pour toutes les positions de la société avec des l'information sur les services affectés, les superviseurs et les rapports hiérarchiques. Les noms des employés réels peuvent être ajoutés au tableau une fois que le graphique est terminé. Si les descriptions de postes ne sont pas disponibles, faites une liste des positions basées sur les opérations en cours.
Remplissez un organigramme organisationnel	Imprimez un organigramme organisationnel vide, que vous pouvez remplir lorsque vous examinez la liste des employés. Remplissez le tableau sur un ordinateur si c'est plus facile pour vous. Vous pourrez aussi simplement dessiner un organigramme tandis que vous développez les relations hiérarchiques et remplissez les titres.
Ajouter le titre	Ajoutez le titre de président de l'entreprise ou du propriétaire en haut de l'organigramme. La case pour le chef de l'entreprise est souvent la seule case sur le niveau supérieur. Si votre entreprise a plus d'un président et que chacun a la même autorité, ajoutez les cases nécessaires à ce niveau.
Ajoutez les postes du manager/assistant	Remplissez le titre de l'adjoint qui relève directement du président. Cette position pourrait être un chef de bureau. Cette case de position est sur le côté et connecté uniquement à celle du président.
Ajoutez le prochain niveau	Ajoutez le reste des postes du personnel qui relèvent directement de l'assistant / manager
Réviser l'organigramme	Comparez l'organigramme avec les descriptions d'emploi et les relations réelles de supervision et les responsabilités des employés actuels et ajustez jusqu'à ce que vous trouvez un accord..

Créez les descriptions de postes

Les descriptions de postes et les spécifications personnelles vous permettront d'identifier les compétences dont les employés ont besoin pour effectuer leur travail. Vous pouvez également les utiliser durant le recrutement pour évaluer les compétences qu'un candidat possède déjà et celles qu'ils auraient besoin de développer, afin de bien faire le travail.

Une description de poste écrite peut prendre de nombreuses formes différentes. Le but de la description de travail influe sur ce qui sera contenue dans le document. Si elle est utilisée pour la position actuelle de l'employé, elle comprendra probablement un titre de poste, un résumé de la position, les responsabilités ou les fonctions du poste, les domaines de compétence, et de la supervision. Si la description de poste doit être utilisée pour embaucher un nouvel employé, elle contiendra probablement ces éléments ainsi que des informations sur les conditions de travail, les qualifications requises pour réussir dans ce poste, et la contrepartie financière prévues pour le poste. L'information utilisée pour élaborer une description de poste vient de l'analyse de l'emploi et de la conception du travail.

Les composants d'une description de poste

En utilisant les informations de votre analyse des emplois et la conception des tâches, vous serez dans une meilleure position pour développer une brève description du poste (généralement une à deux pages) contenant les composants suivants:

- Titre
- Résumé du poste
- Les tâches, les responsabilités et les autorités
- Qualifications (éducation, années d'expérience, etc)
- Supervision
- Conditions de travail
- Salaire et avantages sociaux

Organisation de la section (30 min)

Dans cette section, vous allez expliquer aux participantes les composantes d'une bonne description de poste et le langage spécifique à utiliser dans ces descriptions.

Des exemples de langage spécifique pour utilisation dans les descriptions d'emploi

Trop général	Mieux
Tient le livre de caisse	Entre les recettes et les opérations de dépenses et prépare les états des revenus, les bilans et les flux projetés de trésorerie
Maintient les machines en bon état de	Procède à des inspections régulières de l'équipement agricole, effectue les réparations nécessaires, et fournit des conseils sur le remplacement des machines
Gère les activités administratives	Gère et trie les reçus, et les fichiers de rapports mensuels du personnel

Sécurité sur le lieu de travail

Les bonnes pratiques professionnelles contribuent efficacement à la gestion d'une entreprise. En plus de développer une stratégie de marketing qui répond à la dynamique des marchés extérieurs et à la gestion des finances, une bonne entreprise doit garder son lieu de travail dans l'ordre.

Vous avez besoin de regarder votre lieu de travail et de le conserver soigneusement pour vous et pour vos travailleurs et à coup sûr, pour vos clients. Voici les questions fondamentales à prendre en compte:

- Le plan électrique est-il adéquat?
- Comment le site de travail est-il chauffé?
- Y a-t-il des outils tranchants?
- Y a-t-il des produits inflammable?
- Y a-t-il des bouteilles à gaz?
- Utilisez-vous des produits chimiques ou des matières toxiques?

Avant que vous ayez un accident, planifiez:

- Comment allez-vous utiliser les outils?
- Qui va utiliser ces outils?
- Où vont-ils être conservés?

Organisation de la section (30 min)

Dans cette section, vous allez expliquer aux participantes l'importance d'une pratique saine des affaires, à savoir la sécurité sur le lieu de travail.

Les formateurs doivent être en mesure de répondre aux questions suivantes:

- Qu'est-ce que la sécurité en milieu de travail?
- Où faut-il commencer?
- Qui est responsable?
- Qu'est-ce que cela nous a coûté?

Histoire 1:

Demandez à un participant de lire l'histoire et de discuter avec les participants les leçons à retenir de l'histoire de Larissa.

Exercice 2:

Suivez les instructions de l'exercice 2.

Histoire 1:

Larissa avait une entreprise de production de métaux. Elle a pris des pièces de ferraille et en a fais des boîtes fines de différentes tailles. Les boîtes étaient verrouillées et peintes dans des couleurs vives avec des dessins magnifiques.

Elle a vendu les boîtes aux foires artisanales et dans des boutiques de cadeaux hauts de gammes. Elle a utilisé une torche chaude sans lunettes de protection ou des gants. Elle a peint dans une pièce mal aérée. Elle était habituellement très prudente, mais un jour, son esprit vagabondait et elle a brûlé sa main. Ça lui a coûté beaucoup de jours de travail.

- Avez-vous un bon système de ventilation?

Tandis que vous travaillez sur cet aspect, vous aurez besoin de considérer les compagnies d'assurance pour vous offrir un régime d'assurance pour vos employés. Vous aurez également besoin d'examiner la possibilité d'avoir le soutien et l'orientation des institutions publiques au sein de votre communauté.

Exercice 2:

Demandez à une participante de décrire ses activités commerciales. Diagnostiquez les pratiques de sécurité dans l'entreprise. Considérez les transmissions de maladies, la sécurité du transport, le traitement des matières dangereuses, la propagation de la contamination, la production, le stockage de matières dangereuses, et le stockage des aliments et de l'hygiène. Élaborez des plans d'action pour corriger et réduire les pertes dues à un accident, aux blessures et aux maladies.

Mettre en place un système de suivi et d'évaluation

Le suivi et l'évaluation sont des outils de gestion importants pour suivre vos progrès et pour faciliter la prise de décision.

- Le suivi est la collecte et l'analyse systématiques de l'information durant l'avancement du projet.
- L'évaluation est la comparaison des impacts réels du projet par rapport aux plans stratégiques convenus.

Organisation de la section (30 min)

Dans cette section, vous allez expliquer aux participantes l'importance de mettre en place un système de suivi et d'évaluation et la façon dont elles peuvent l'établir pour leurs entreprises.

Ce que suivi et l'évaluation ont en commun, c'est qu'ils sont orientés vers l'apprentissage de ce que vous faites et comment vous le faites, en se concentrant sur:

- L'efficacité: ils vous disent que votre effort dans le travail est approprié par rapport à la productivité
- Le rendement: il s'agit de la mesure du degré qu'un projet a atteint les objectifs spécifiques qu'il s'était fixés.
- Impact: il vous indique si vous avez obtenu une solution au "problème" que vous essayiez de résoudre ou pas.

Grâce à un suivi et à l'évaluation, vous pouvez:

- Examiner les progrès réalisés -;
- Identifier les problèmes de planification et / ou de mise en œuvre;

- Effectuer les réglages de sorte que vous êtes plus susceptibles d'atteindre vos objectifs.
- Augmenter la productivité en mettant en place des évaluations de compétences du personnel sur une base trimestrielle ou annuelle.

Les étapes pour la conception d'un système de suivi et d'évaluation dépendent de ce que vous essayez de suivre et d'évaluer. Voici un aperçu de quelques étapes générales que vous pouvez effectuer pour mettre en place un bon système:

- Identifiez qui sera impliqués dans la conception et la mise en œuvre des rapports. La mobilisation de parties concernées contribue à assurer que leurs points de vue soient compris et que leurs commentaires ont été incorporés.
- Clarifiez la portée, le but, l'utilisation prévue, le public, et le budget pour l'évaluation.
- Développez les questions pour trouvez ce que vous voulez apprendre à la suite de votre travail.
- Choisissez des indicateurs. Les indicateurs sont conçus pour fournir un moyen claire de la réalisation de mesure, pour aider à évaluer la performance, ou pour refléter les changements. Ils peuvent être soit quantitatifs et / ou qualitatifs. Un processus d'indicateur est une information qui se concentre sur la façon dont un programme est mis en œuvre.
- Déterminez les méthodes de collecte de données. Des exemples de méthodes sont les suivantes: examen des documents, questionnaires, sondages et d'entrevues.

Améliorer la communication interne:

Elle vise le partage de l'information et de valeurs entre le personnel de votre entreprise ainsi que la création du sentiment d'appartenance et la motivation de l'équipe.

Les outils principaux de la communication sont:

- Le bulletin d'information interne
- La veille
- Les réunions et activité no formelles

La veille (notamment médiatique) consiste à rester constamment à l'écoute de l'environnement de l'entreprise afin de repérer tous les changements et les nouveautés qui peuvent avoir un impact positif ou négatif sur votre activité

Au cours de cette section, vous présenterez aux participantes les bases de la communication interne, et les principaux outils qu'elles peuvent utiliser pour la mener efficacement. Enfin, vous présenterez les méthodes de base que les entreprises utilisent pour une communication interne efficace.

Exercice 4:

Menez une discussion avec les participantes sur la façon dont elles planifient leur communication interne.

Exercice 5:

Après avoir discuté des méthodes de base pour la communication interne, demandez aux participantes d'énumérer celles qu'elles sont les plus susceptibles d'utiliser pour leurs entreprises et la raison de leur choix.

Exercice 4:

Comment allez-vous atteindre vos objectifs de communication interne?

Les méthodes de la communication interne d'entreprise:

Il existe de nombreuses méthodes et d'outils qui sont utilisés par les entreprises pour parvenir à une communication interne efficace. Voici quelques-unes des méthodes les plus courantes de communication interne:

Les Vidéoconférences qui permettent aux gens dans différents endroits d'organiser des réunions interactives;

Les E-mails, qui fournissent un moyen de communication écrite instantanée dans le monde entier;

Les Rapports - Outil important pour documenter les activités de tous les départements;

Les Présentations – Une méthode de communication très populaire dans tous les types d'organisations, impliquant généralement des documents audiovisuels, comme les copies des rapports ou des matières préparées dans Microsoft PowerPoint ou Adobe Flash;

Les Réunions téléphoniques qui permettent la communication à longue distance ; la communication par téléphone demeure un moyen de communication d'entreprise important, car elle peut associer les partenaires, les employés et les professionnels à l'échelle nationale et mondiale.

Exercice 5:

Quels sont les modes de communication interne que vous êtes le plus susceptible d'utiliser pour votre entreprise? Et pourquoi?

Certaines pratiques simples que vous pouvez appliquer pour améliorer votre communication à la fois **interne** et **externe**, afin de développer les voies de communication avec vos clients et vos employés, sont les suivants:

- Soyez toujours joignable.
- Retournez à vos clients en moins de 24 heures.
- Configurez un répondeur automatique quand une personne vous contacte, indiquant que vous avez reçu leur e-mail et qu'il sera répondu rapidement.
- Offrez un chat en direct si vous pouvez vous le permettre

Résumé du module:

Dans ce module, les participantes ont été introduites aux compétences de base en gestion des ressources humaines et aux exigences en matière de sécurité dans le lieu de travail. Les questions qui ont été posées notamment:

- Comment planifier vos besoins en personnel?
- Comment créer un organigramme?
- Comment créer des descriptions de poste?
- Comment mettre en place la sécurité sur le lieu de travail?
- Comment établir un bon système de suivi et d'évaluation?

Révision du module:

À la fin de ce module, passez en revue les sujets abordés et terminez la session en demandant des commentaires des participantes sur la façon dont elles projettent de planifier leurs besoins en personnel et de gérer les ressources humaines une fois qu'ils mettent en œuvre leur plan d'entreprise et sa croissance.

Module 14 : Réseautage professionnel pour les femmes entrepreneurs

Le **réseautage** professionnel est le fait de construire des relations fortes avec d'autres personnes pour obtenir des avantages mutuels, créer de nouvelles opportunités et trouver de nouvelles idées à travers des réseaux de personnes qui ont la même mentalité que vous.

Les réseaux sociaux ont commencé depuis que les sociétés ont existés et les gens sont en mesure d'échanger lors des occasions et des contextes différents: les fêtes, l'école, le travail, les réunions et les autres événements.

Les experts conviennent que le réseautage vaut le temps et les efforts que vous y consacrer et peut vous aider à progresser dans le monde professionnel. «Le réseautage offre une autre piste pour atteindre les fournisseurs, les clients, et les partenaires commerciaux futurs ... Il vous permet de vous présentez et présenter votre objectif de réseautage d'une manière beaucoup plus personnelle que la publicité, la promotion ou un CV en ligne, explique Albert Schuster, le président du Réseau de Philadelphie, une organisation qui organise des événements sociaux et de réseautage pour les jeunes professionnels. Il suggère de faire quelques recherches pour comprendre quels événements de réseautage, salons ou associations auxquels il est utile d'assister en fonction de votre objectif en réseau.



Ce module a été conçu pour vous assister en tant que formateur à aider les participantes WES à apprendre davantage sur le réseautage professionnel et d'apprendre les étapes pour créer un réseau professionnel WES.

Le réseautage est très important pour aider tout entrepreneur à croître son entreprise et à atteindre le succès.

Vous pouvez commencer ce module par un exercice de mise en réseau. Le but de cet exercice est d'encourager les participantes à s'engager avec d'autres pour en apprendre davantage à leur sujet. Vous pouvez modifier la liste proposée en fonction de votre auditoire.

À la fin de la section, demandez aux participantes de commencer à travailler sur la création de leur réseau professionnel. Créez un modèle simple que les participantes peuvent utiliser pour la création de leur réseau et pour faire un rapport sur leurs activités de réseau.

Comment se mettre en réseau?

- Soyez sincère et honnête: si les autres sentent que la personne n'est pas véritablement intéressé de trouver un moyen de travailler collectivement afin que les deux parties en bénéficient, ils sont peu susceptibles d'être intéressés de vous aider dans l'avenir;
- Connaissez vos objectifs de mise en réseau:
- Montrez comment vous pouvez apporter de la valeur ajoutée à d'autres personnes;
- Restez en contact avec vos contacts professionnels et les membres du réseau par le biais des courriels, téléphone, internet et des réunions régulières.
- Soyez toujours prêt à vous présenter de façon concise, claire et attrayante. Prononcez clairement votre nom et partagez vos réalisations académiques et professionnelles et les objectifs prévus dans les 30-60 secondes;

Ce que vous devez éviter dans la mise en réseau?

- être obsessive en essayant de faire un profit immédiat de votre réseau. Si vous sortez des brochures et que vous commencez à parler des prix après deux minutes de conversation, vous allez perdre leurs attentions.
- Interrompre les autres en milieu de conversations,
- se concentrer sur son propre profit : Certaines personnes vont à des réunions juste pour s'assurer de ce qu'ils peuvent tirer de chaque personne. Assister à un événement de réseautage ne consiste pas à circuler autour d'une chambre et à échanger des cartes visites. Apprenez à connaître les gens plutôt que de vous contenter de leur vendre votre produit,

Le réseautage est un processus de connaissance, de sympathie et de références. Vous ne pouvez jamais vendre directement à votre réseau, mais ils vont bientôt devenir vos partenaires de référence les plus précieux.

Où peut-on se mettre en réseau?

- Réunions, conférences, ateliers,
- Médias sociaux,
- Des activités de réseautage,
- Les groupes du réseau,

Le réseautage est un outil indispensable pour tout entrepreneur. C'est en établissant de liens solides avec les gens, en les incitant à vous aider et en attirant leurs intérêts que votre succès peut être atteint.

Les femmes entrepreneurs ont besoin d'améliorer leurs compétences en réseautage et d'explorer toutes les possibilités de réseautages potentiels au profit de leur entreprise.

Aujourd'hui, les gens profitent de l'état d'avancement de la technologie de réseau et de communication de différentes manières. Malgré les progrès de la technologie, les femmes entrepreneurs ont besoin de créer et d'entretenir leurs réseaux en ligne et hors ligne pour se développer.

Les femmes entrepreneurs ont besoin de pratiquer les deux types de réseautages:

- Le réseautage en ligne via Facebook, Twitter, LinkedIn, blogs, Pinterest et d'autres outils de médias sociaux, et
- Le réseautage hors ligne par la participation aux conférences, séminaires, ateliers de formation et autres événements liés à leurs domaines d'intérêt.

Comme nous l'avons dit plus tôt, faire partie d'un réseau professionnel n'est pas seulement de promouvoir vos produits et vos services. C'est surtout une occasion pour stimuler vos affaires. Vous pouvez utiliser votre réseau professionnel de différentes manières:

- Pour comprendre votre marché cible,
- Obtention d'une référence,
- Rencontre avec les mentors,
- Laissez-vous inspirer: Votre réseau peut être un bon endroit pour être inspiré et obtenir des conseils pour des idées d'affaires et pour trouver votre niche,
- Explorer de nouveaux domaines d'intérêt et apprendre de nouvelles opportunités.

Exercice en réseau

Durée: 10 min

Faites un tour autour de la salle et cherchez des gens qui ont les critères suivants. Celui qui parvient à compléter la liste sera le gagnant. L'objectif principal du réseau est d'apprendre à connaître les autres.

1. Son nom commence par la même lettre que la vôtre
2. Elle parle 3 langues
3. Elle a travaillé à l'étranger
4. Elle est titulaire de deux diplômes universitaires
5. Elle a eu 3 enfants
6. Elle a trouvé un emploi via Internet
7. Elle écrit des poèmes
8. Elle a visité 3 ou plusieurs pays étrangers
9. Elle est membre d'une association
10. Sa couleur préférée est la même que la votre
11. Vous vivez dans le même quartier
12. Elle a mené les mêmes études que vous
13. Elle a travaillé dans une organisation pendant plus de quinze ans
14. Son âge est similaire au votre

Le meilleur endroit pour être inspiré est votre réseau

Au cours d'une fête avec ses amis, Sara Bakely a entendu des femmes qui se plaignaient au sujet des lignes visibles de sous-vêtements, qui sont non seulement démodé, mais vous mettent aussi mal à l'aise.

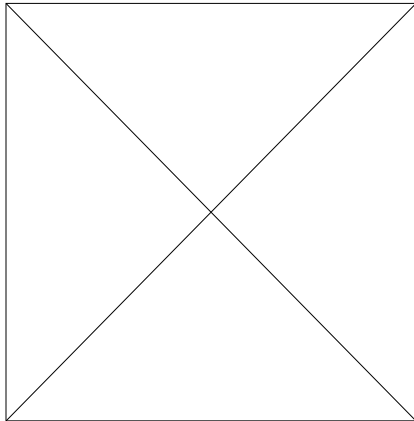
Elle a essayé de faire son propre produit à la maison d'abord, en coupant les pieds de ses collants pour se donner un look branché, donnant naissance à son idée d'entreprise. Un an plus tard, elle a pris une semaine de congé de son poste et a commencé à visiter les différents fabricants qui pourraient devenir ses fournisseurs potentiels. D'abord tous ont trouvé son idée «folle». Deux semaines plus tard, un propriétaire d'usine qui avait deux filles qui ne pensaient pas que c'était une idée folle du tout, a offert de fabriquer son produit. Le perfectionnement du prototype a pris un an à cause de son fort désir d'offrir un produit parfait et confortable.

Avec peu d'argent pour la publicité, Sara alla d'un magasin à l'autre et organisait des rassemblements pour faire passer le mot, jusqu'à ce qu'elle ait convaincu un grand détaillant de vendre son produit, et bientôt d'autres l'ont suivi.

Avec beaucoup de travail acharné et de persévérance Sara a créé une entreprise avec un produit breveté de plusieurs millions de dollars. Son produit a ensuite été présenté sur des grandes émissions de télévision, tels que l'émission d'Oprah Winfery.

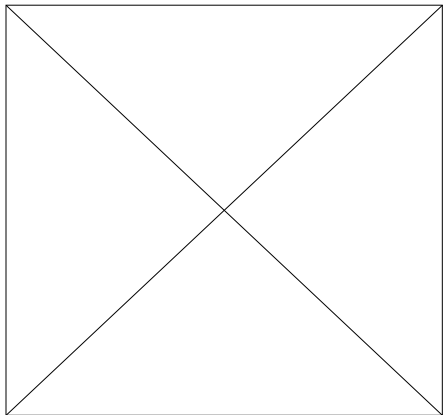
Le modèle du réseau professionnel des Femmes En Technologie (WIT):

En 2008, les participantes du programme Women in Technology ont lancé leur réseau pour organiser plusieurs activités bénéficiant elles-mêmes ainsi que leurs communautés. Considérons les exemples ci-dessous:



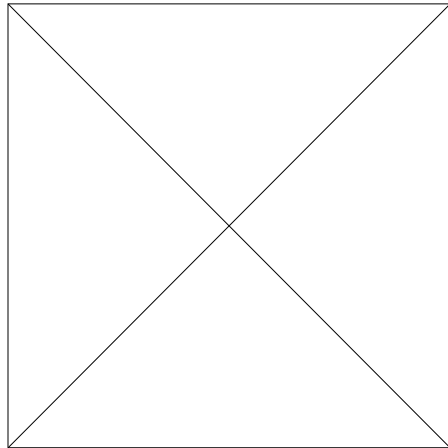
<http://www.youtube.com/watch?v=8ibK4xCSBEQ>

Les membres du Réseau professionnels WIT de salé et de Rabat ont organisé une table ronde sur l'autonomisation par les technologies de l'information en partenariat avec la délégation américaine du Centre pour les Femmes et la Démocratie, à Seattle et à la Faculté de Droit Public à Rabat. Avant cet événement, un membre du réseau a organisé une réunion avec le doyen de la faculté, qui faisait partie de son réseau, et qui ont accepté d'organiser l'événement au siège de la faculté gratuitement. Cet événement a permis aux membres du Réseau de rencontrer des femmes professionnels des États-Unis pour partager leurs expériences et pour débattre de l'utilisation des Technologies de l'information pour l'autonomisation des femmes.



<http://www.youtube.com/watch?v=J4rTHElGPKg>

Des membres du Réseau professionnel WIT de la ville d'Azrou et Timahdit et des villages Leuh Ein ont organisé une manifestation de solidarité pour les enfants à Azrou. Les femmes ont collecté l'argent de leurs contacts et de leurs voisins et des hommes d'affaires dans leurs communautés pour organiser l'événement et acheter tout le matériel nécessaire pour l'événement et pour les enfants.



<http://www.youtube.com/watch?v=Orxvpr5ssUY>

Le réseau professionnel WIT des villes de Salé, Rabat et Temara a organisé un événement sur le Cancer des enfants et a invité les médecins spécialistes pour leur parler de ce sujet. Le réseau a réussi à obtenir le soutien d'une ONG nationale pour organiser l'événement dans leur établissement.



Le réseau WIT professionnel de Rabat, Salé et Témara a organisé une table ronde sur les techniques de recherche d'emploi. Ils ont invité un expert de cette agence nationale de l'emploi pour venir leur parler de ce sujet et de les informer sur les caractéristiques du marché du travail. Un membre du réseau a réussi à trouver l'endroit idéal pour accueillir l'activité gratuitement à travers l'un de ses contacts. Les participants ont choisi ce sujet comme un de leurs objectifs prioritaires pour aider les membres du réseau à trouver un emploi et à comprendre le processus de recrutement et les exigences.

Ce sont des exemples des activités du réseau WIT qui peuvent être utilisés pour inspirer les participantes WES car elles créent leur propre réseau professionnel. Les membres du réseau WES peuvent organiser des activités qui répondent à leurs objectifs du Réseau, la mission et la vision. Grâce à leur réseau, les participantes WES devraient être engagés à se servir eux-mêmes et leur communauté.

Au commencement, les membres du Réseau WES pourront penser à des méthodes rentables pour organiser leurs activités de réseau. Comme le réseau des participantes WES grandit étape par étapes, elles peuvent décider de la possibilité d'enregistrer leur réseau en tant qu'organisation selon les lois locales en Tunisie.

Les étapes pour créer un réseau professionnel:

Les participants WES pourront suivre ces étapes pour créer leur réseau professionnel:

- Étape 1: Définir votre mission de Réseau, vision, objectifs SMART et Nom,
- Étape 2: Définir une liste d'actions et le calendrier de chaque mois,
- Étape 3: Réunir un comité de pilotage pour gérer votre réseau,
- Étape 4: la promotion de votre réseau à l'aide des outils de communication efficaces,
- Étape 5: Trouver des partenaires stratégiques, des mentors, des bailleurs de fonds,

Afin de réussir dans la création de leur entreprise et de leur réseau professionnel, les membres (participantes WES) doivent prendre en considération:

- l'organisation et la délégation: organiser leur travail et les activités du réseau selon une ligne de temps et déléguer la tâche à la bonne personne;
- Engagement: besoin d'être dévoués à leur mission et à leurs objectifs de réseau et à la réalisation de leurs activités de réseau;
- Réunions régulières: organiser des réunions régulières et des projets, et garder des rapports de chaque réunion;

Les formateurs WES et centres de formation peuvent jouer un rôle majeur dans l'orientation et la formation des participantes sur le réseautage professionnel et leur offrir un espace pour se rencontrer régulièrement pour discuter et organiser leurs activités de réseau.



Signalez l'échantillon

Le sommaire du rapport de la Réunion du réseau

Date de la réunion	Le 28 décembre 2008
Nom du réseau	
lieux	Temara, « Cafe des anges »
Nombre de participantes	27 participantes
Sujet du débat	<p>1- La formation professionnelle:</p> <ul style="list-style-type: none"> • des formations linguistiques en français et en anglais (Offert par 3 participants). • Formation en Communication (Offerte par Mme Kheira une spécialiste de la communication arabe) <p>2 - Développement social: Campagne de sensibilisation et de débat en ce qui concerne le Nouveau Code de la famille au Maroc (la Moudouwanna), la crise financière, ...</p> <p>3 - Entrepreneuriat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formation sur la façon de démarrer un petit projet et comment l'exécuter - Comment investir de l'argent dans une carrière rentable -Comment utiliser les compétences personnelles (telles que les talents de cuisine, peinture sur tissus, des séances de bébé ...) <p>4 - Activités de loisirs:</p> <ul style="list-style-type: none"> Excursions Visites aux associations telles que l'Association Avenir
Agenda de la prochaine réunion	<p>Donnez un nom au Réseau</p> <p>Définissez la mission du Réseau</p> <p>Définissez les objectifs du réseau</p> <p>Mettez vous d'accord sur les activités de planification</p>
Date de la prochaine réunion	le 28 janvier 2009
Notes/ Observations	Une réunion très interactive et intéressante