

LA PETITE

BOÎTE À OUTILS

LA COLLECTION BUSINESS N°1 DES VENTES

du **Business plan**

Matthieu Douchy

30 outils
clés en main
+ 10 plans d'action

DUNOD

Éditorial : Innocentia Agbe et Églantine Assez
Fabrication : Anne Pachiaudi
Couverture : Studio Dunod (Elizabeth Riba)
Conception graphique : mokmok.agency

Mise en page : Belle Page

NOUS NOUS ENGAGEONS EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT :



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



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



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



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

La petite Boîte à outils

des outils opérationnels
tout de suite

LA PETITE **BOÎTE À OUTILS**
LA COLLECTION BUSINESS N°1 DES VENTES

du **Podcast**

Virginie Béjot

34 outils
clés en main
+ 5 plans d'action




DUNOD

LA PETITE **BOÎTE À OUTILS**
LA COLLECTION BUSINESS N°1 DES VENTES

de la **Génération de leads**

Philippe Gastaud

32 outils
clés en main
+ 9 plans d'action



DUNOD

LA PETITE **BOÎTE À OUTILS**
LA COLLECTION BUSINESS N°1 DES VENTES

d' **Instagram**

Clément Pellerin

26 outils
clés en main
+ 4 plans d'action



DUNOD

LA PETITE **BOÎTE À OUTILS**
LA COLLECTION BUSINESS N°1 DES VENTES

de l' **Onboarding**

Séverine Loureiro

30 outils
clés en main
+ 3 plans d'action
+ 6 interviews




DUNOD

LA PETITE **BOÎTE À OUTILS**
LA COLLECTION BUSINESS N°1 DES VENTES

du **crowdfunding**

Nicolas Dehorter
Flora Clodic-Tanguy
Illustrations de Maxence Dubois

30 outils
clés en main
+ 5 plans d'action



DUNOD

LA PETITE **BOÎTE À OUTILS**
LA COLLECTION BUSINESS N°1 DES VENTES

du **Télétravail**

Une vision 360° du travail hybride et de ses enjeux

Grégoire Epitalon
Frantz Gault
Camille Rabineau

27 outils
clés en main
+ 3 plans d'action



DUNOD

Sommaire

Préface.....	6
Introduction.....	8
DOSSIER 1 DÉFINIR SON PROJET	16
Interview Construire son offre, une histoire de valeurs et de convictions	18
Outil 1 L'adéquation homme/projet.....	20
Outil 2 La construction de l'offre	22
Outil 3 La synthèse de la proposition de valeur.....	24
Plan d'action Apprendre à rédiger la présentation de son projet.....	26
DOSSIER 2 ANALYSER SON MARCHÉ.....	28
Interview Analyser un marché sans concurrents directs.....	30
Outil 4 Le PESTEL.....	32
Outil 5 L'analyse de la concurrence.....	34
Outil 6 La carte perceptuelle de positionnement.....	36
Outil 7 La matrice SWOT.....	38
Outil 8 Le sourcing de partenaires.....	40
Outil 9 Le questionnaire quantitatif.....	42
Outil 10 Le questionnaire qualitatif.....	44
Plan d'action Réaliser son étude de marché en quatre étapes.....	46
DOSSIER 3 DÉVELOPPER SA STRATÉGIE COMMERCIALE : MESSAGE, CIBLE ET POSITIONNEMENT	48
Interview Trouver les bons leviers pour développer sa stratégie commerciale.....	50
Outil 11 Les objectifs SMART.....	52
Outil 12 Le Go/No Go.....	54
Outil 13 Le persona.....	56
Outil 14 La charte graphique.....	58
Outil 15 Le calendrier éditorial.....	60
Plan d'action Établir sa stratégie de communication offline et online.....	62

Outil 16	La matrice logistique.....	66
Outil 17	Le plan d'action commercial.....	68
Plan d'action	Les bonnes pratiques pour établir sa stratégie commerciale	70
Plan d'action	Établir son business model	72
DOSSIER 4 MAÎTRISER LES SPÉCIFICITÉS RELATIVES À SON STATUT JURIDIQUE		74
Interview	Accompagner les entrepreneurs dans la gestion juridique de leur entreprise	76
Outil 18	Aide au choix du statut juridique (avec lien ).....	78
Outil 19	Listing des aspects réglementaires.....	80
Plan d'action	Savoir justifier son choix de statut juridique	82
DOSSIER 5 ÉTABLIR SES PRÉVISIONS FINANCIÈRES		86
Interview	Financer une entreprise, les critères à retenir	88
Outil 20	Le plan de financement initial (avec lien ).....	90
Outil 21	Le compte de résultat prévisionnel (avec lien ).....	92
Outil 22	Le seuil de rentabilité.....	94
Outil 23	Le plan de trésorerie.....	96
Plan d'action	Réaliser sa prévision de chiffre d'affaires et vérifier la viabilité de son projet	98
Outil 24	Le devis.....	100
Outil 25	La facture.....	102
DOSSIER 6 DÉFINIR SA FEUILLE DE ROUTE ET APPRENDRE À PRÉSENTER SON PROJET		104
Interview	Déployer son projet, étape par étape	106
Outil 26	La matrice Eisenhower.....	108
Outil 27	Le rétroplanning.....	110
Outil 28	Le customer journey.....	112
Outil 29	Le Minimum Viable Product (MVP).....	114
Outil 30	Le pitch.....	116
Plan d'action	Créer son pitch	118
Plan d'action	Les bonnes pratiques pour convaincre son banquier	120
Plan d'action	Conseils de rédaction de A à Z (avec fichier )	123

Préface

Si seulement j'avais pu lire ce livre avant de créer la chaîne Columbus Café en 1994 ! Lorsque Matthieu Douchy m'a demandé si j'étais partant pour écrire la préface de cette boîte à outils, je me suis rappelé le jour où j'ai annoncé à mon expert-comptable que j'allais lancer le « Starbucks français ». Passée sa réticence initiale (« Pourquoi te mettre en danger alors que ton activité actuelle marche aussi bien ? », à quoi je lui avais répondu : « Parce que c'est quand ça va bien qu'il faut changer ! »), il avait tenté de se rattraper en m'assurant que sa parfaite maîtrise d'Excel allait m'être précieuse pour écrire mon business plan.

À l'heure des start-up et de la French Tech, son évocation – qu'on l'appelle « Deck » ou « BP » – renvoie souvent à la seule recherche de fonds auprès d'investisseurs... Pourtant, l'accumulation de chiffres bien alignés dans un tableau permettant d'évaluer et de comparer tous les scénarios possibles n'est qu'un aspect presque mineur d'un projet entrepreneurial. Parce que la vie est toujours belle sous Excel, se concentrer sur ses seuls aspects économiques ou financiers conduit presque toujours à l'échec.

Un projet réussi est toujours le résultat d'un important travail de réflexion, de préparation et d'exécution qui doit impérativement intégrer une multitude d'ingrédients interdépendants.

Rares sont les porteurs de projets qui en mesurent l'importance au départ. Impossible de penser à tout quand on prend l'habit d'un chef d'orchestre sans musiciens, obligé de tout faire en même temps ! En résulte une multitude d'erreurs qui peuvent pourtant être évitées facilement dès la création du projet.

C'est là tout l'apport du travail de Matthieu Douchy, qui offre à ses lecteurs près de quinze années d'expérience acquise auprès de 20 000 entrepreneurs. CréActifs les a accompagnés dans la création et/ou le développement de leur entreprise, contribuant ainsi à leur succès. À l'image des fonds d'investissement – dont les exigences légitimes de reporting régulier obligent les dirigeants à monitorer en permanence leurs performances – bâtir un business plan de qualité impose une discipline stricte mais indispensable au pilotage et à la réussite de tout projet.

Au travers de 30 outils très opérationnels, d'exemples, d'interviews, de conseils, de plans d'action et de méthodes, *La Petite Boîte à outils du business plan* fournit à tous les entrepreneurs de TPE/PME l'occasion de prendre utilement du recul sur une multitude de sujets clés pour réaliser leur rêve d'indépendance. Sans doute passeront-ils par des étapes successives

d'enthousiasme absolu et d'inquiétude soudaine, à mesure qu'ils évalueront leurs forces et leurs faiblesses. Une vie d'entrepreneur n'est jamais linéaire, et encore moins un long fleuve tranquille.

Mais ce travail les aidera à faire les bons choix, à chaque étape de ce qui reste un parcours du combattant autant que la plus belle des aventures. Il leur permettra aussi d'identifier leurs éventuelles lacunes (solitude, manque

d'expérience, de réflexes, de moyens humains et financiers, de relations, de temps, etc.) et de les compenser par la seule chose qui ne coûte rien : leur force de travail et un mental de champion. Bienvenue à vous dans la grande famille des entrepreneurs !

Philippe Bloch

Fondateur de Columbus Café,
auteur et animateur BFM Business

Introduction

Enchanté, je suis Matthieu Douchy et, d'aussi loin que je me souviens, j'ai toujours été passionné par l'entrepreneuriat. À l'adolescence déjà, à une époque où le streaming n'existait pas et où la VOD était réservée aux ménages aisés, je revendais des CD gravés aux élèves de ma classe : cela me permettait de cumuler deux cents euros d'argent de poche par mois. Un peu plus tard, avec des amis, j'ai organisé une soirée payante dans une salle des fêtes pour que nous puissions nous payer nos vacances à Barcelone. Je ne vous conseille absolument pas de reproduire ces deux activités pour une raison simple : elles n'ont rien de légal ! Je ne le savais pas avant, mais vous ne pourrez pas dire pareil après avoir lu ce livre.

Une fois jeune adulte, je faisais de la gestion et du pilotage de chantiers de rénovation d'écoles durant l'été. En m'organisant bien, je parvenais à financer mes vacances tout en gardant un peu d'économies pour l'année scolaire suivante. J'ai enchaîné par la suite les expériences entrepreneuriales, et on peut dire qu'il y en a eu.

J'ai d'abord tenté de créer une entreprise de location de meubles longue durée. Le projet se révéla être une fausse bonne idée : il nécessitait en effet un besoin en financement astronomique pour une rentabilité hypothétique assez faible.

J'ai ensuite créé un département français dans une start-up londonienne spécialisée dans l'immobilier d'investissement. J'ai eu la chance de recruter une très belle équipe de cinq personnes et de réaliser quatre millions de chiffre d'affaires sur le premier exercice... à ce stade de ma vie, je poursuivais encore mes études. Ce fut le déclic : entreprendre, c'est possible ! J'avais compris que l'entrepreneuriat pouvait me rapporter bien plus qu'un peu d'argent de poche.

Puis j'ai eu l'opportunité de participer à la création d'un département au Moyen-Orient pour un très grand groupe leader de la gestion d'actifs dans le monde. Entreprendre avec des moyens illimités est sans aucun doute bien différent que de bricoler avec quelques euros. Il a fallu comprendre la demande, créer une offre spécifique jusqu'à validation du business model et ouvrir ce département local... Quelle expérience passionnante ! Par la suite, j'ai créé une entreprise de conseil en orientation scolaire : elle constitua l'une de mes expériences entrepreneuriales les plus instructives, mais aussi l'une des plus difficiles. Les besoins en matière d'orientation scolaire en France étaient immenses. Mais le marché n'était pas prêt, et la rentabilité très complexe à atteindre. On dit souvent qu'on apprend essentiellement de ses erreurs... ce fut ici mon cas.

Enfin, avec trois mille euros à disposition, j'ai créé l'entreprise qui a changé ma vie à jamais, et qui fait aujourd'hui vivre un écosystème d'une centaine de personnes : CréActifs, le leader de la formation des entrepreneurs en France.

Sans toutes ces expériences entrepreneuriales, je n'en serais pas là aujourd'hui. Chacune à son échelle m'a apporté des compétences, des réflexes et une pratique des bons usages qui m'ont donné les clés de la réussite entrepreneuriale. Car celle-ci n'est pas systématique. Elle demande beaucoup de temps et d'efforts. Voilà pourquoi j'ai créé CréActifs : pour permettre à d'autres entrepreneurs de réaliser leur rêve, sans avoir nécessairement à passer par autant d'expériences entrepreneuriales.

Depuis 2010, mes collaborateurs et moi avons permis à plus de vingt mille entrepreneurs de créer et développer leur entreprise. L'immense majorité de notre clientèle est constituée de freelances ou de dirigeants de TPE et PME, et représente le tissu économique français : notre restaurateur préféré, notre gîte de prédilection, notre artisan le plus doué, notre boutique de décoration fétiche, notre meilleur architecte... Et d'autres ont fondé des entreprises comme Doc-tolib ou CoachGuitar, et ont plusieurs millions de clients dans le monde !

Chez CréActifs, nous sommes des entrepreneurs au service d'autres entrepreneurs. À travers notre catalogue d'une vingtaine de formations, nous capitalisons sur notre apprentissage et nous puisons dans nos expériences pour rendre l'entrepreneuriat toujours plus accessible. Dans cet ouvrage, je vais donc vous livrer les clés et outils qui permettent à nos clients de créer toutes ces belles entreprises.

POURQUOI FAIRE UN BUSINESS PLAN ?

La question peut vous paraître banale, mais force est de constater qu'elle est en fait essentielle. Avant toute chose, définissons nos termes : un business plan est un document écrit qui permet de clarifier votre idée de création ou de développement d'entreprise/de département en répondant à des questions essentielles relatives à votre offre, produit/service, stratégie... Libérer votre esprit en jetant vos idées sur papier, les challenger, les faire évoluer, va vous permettre de prendre de la hauteur et de structurer votre projet en évitant de passer à côté d'un (ou plusieurs !) aspect important. Il s'agit *in fine* de la première fonction du business plan.

Les autres fonctions sont très secondaires, mais pour autant tout aussi importantes. Il peut s'agir de l'ouverture de votre compte en banque professionnel, de la levée de fonds auprès d'investisseurs, ou de l'assurance d'une bonne relation avec vos éventuels associés.

Un business plan comporte six grandes thématiques (et donc logiquement, les six grands dossiers autour desquels s'articule votre boîte à outils). Ces grandes thématiques contiennent en moyenne cinq sous-items chacune, soit une trentaine d'outils au total, interconnectés, sur lesquels vous devez faire les bons arbitrages. Pour complexifier encore plus la chose, ces trente outils sont imbriqués : vous touchez à un aspect, les vingt-neuf autres sont impactés. Par exemple, si vous décidez de changer des caractéristiques de votre offre (comme le prix), vous allez devoir mettre à jour un grand nombre de points. Vous l'aurez compris, un tel changement entraînera des répercussions sur les aspects financiers et commerciaux, car vous allez devoir retravailler vos tableaux financiers, votre stratégie de communication... Il faut bien évidemment rester conscient qu'il faudra repasser plusieurs fois sur chaque dimension du business plan et, comme au jeu de l'oie, reculer de quelques cases.

Pour ces raisons, un projet de création d'entreprise est toujours complexe et conséquent au démarrage. Soigner son élaboration vous permettra de créer un document évolutif qui deviendra très certainement votre feuille de route pour le suivi du développement de votre entreprise une fois en activité.

CONFIER LA RÉALISATION DE SON BUSINESS PLAN À UN TIERS, LA FAUSSE BONNE IDÉE !

Le business plan se compose d'une partie écrite de présentation de votre projet et d'une traduction financière de vos hypothèses sous forme de tableaux chiffrés. Ce sont deux représentations de votre projet complémentaires qui doivent toujours être traitées avec le même sérieux.

Beaucoup d'entrepreneurs et de professionnels du secteur ont encore tendance, à tort, à penser que le business plan ne se résume qu'à la partie financière. J'entends encore parfois des entrepreneurs dire qu'ils vont confier à leur

comptable la réalisation de leur business plan... alors qu'ils n'ont même pas réalisé les arbitrages nécessaires en amont. Quelle erreur !

Commencez par faire les trente arbitrages stratégiques puis demandez à un comptable de le retranscrire en prévisionnel financier. Sachez qu'en procédant de cette manière, vous devrez contacter votre comptable pour qu'il mette à jour votre prévisionnel dès que l'un des arbitrages bougera. C'est exactement ce qui nous motive chez CréActifs : rendre autonomes les entrepreneurs à la réalisation de leur business plan, afin qu'ils puissent bien comprendre tous les documents de la partie financière, et procéder aux modifications nécessaires eux-mêmes s'il le faut.

Que l'on s'entende bien, quand je parle d'arbitrage, je pense aux décisions qui peuvent avoir un impact direct sur votre façon d'exercer, de vendre, de gérer. Car comment prendre ces décisions de la manière la plus judicieuse possible sans maîtriser les impacts financiers qu'elles auront ?

IL FAUT ACCEPTER L'IDÉE QUE VOTRE BUSINESS PLAN SERA FAUX

Dans la mesure où le business plan consiste à faire des projections d'hypothèses, il est évident que ce document sera faux. La bonne nouvelle, c'est qu'il n'a pas pour objectif d'être bon. Vous finirez peut-être au dessus, ou peut-être en dessous de vos hypothèses. Mais là n'est pas le sujet : l'objectif est bien d'être certain que vous comprenez les logiques qui sont derrière les chiffres pour pouvoir piloter correctement votre projet. Comme disait Mike Tyson : « Tout le monde a un plan jusqu'au premier coup de poing dans la face. »

L'objectif du business plan (BP) est donc de visualiser toutes les variables de votre projet et la manière dont elles s'imbriquent entre elles ! L'intérêt majeur de réaliser votre BP, c'est aussi de professionnaliser votre démarche en identifiant et maîtrisant les variables de votre projet et les impacts des ajustements qui seront à réaliser.

Enfin, sachez qu'un business plan n'est dans l'absolu jamais vraiment terminé. Car oui, il vous faut avoir construit vos trente arbitrages... mais dans la mesure où ces derniers fluctuent en fonction du temps, fort est à parier que la tâche se rallonge !

Pour que votre business plan soit un succès, il existe deux clés de réussite :

- l'approche par le Lean Startup et l'effectuation comme méthodologie de conduite de projet ;
- l'ordre de traitement de chaque aspect : traiter les tâches dans le bon ordre est un art qui s'acquiert avec beaucoup d'expérience car chaque situation est différente. Il ne peut donc pas y avoir de réponse universelle.

Le Lean Startup et l'effectuation sont deux méthodes de conduite d'un projet entrepreneurial qui vous permettent de tester votre idée de création d'entreprise en limitant les risques. Pragmatiques, elles visent à démarrer avec peu de ressources et à confronter votre idée au marché le plus rapidement possible. Il s'agit de prendre des décisions en fonction de la réalité autour de votre projet, et non de prévisions. Ici, je vous propose donc de vous inspirer de ces deux méthodes pour vous aider à effectuer vos arbitrages sur les trente aspects, et donc à conduire votre projet entrepreneurial.

Le Lean Startup

Voyez le Lean Startup comme une boucle itérative : vous proposez un produit essentiel, vous demandez des retours clients, vous ajustez votre produit, vous redemandez des retours clients, et vous empilez vos connaissances au contact de votre marché. Dans la méthode Lean Startup, le mieux serait d'arriver à réaliser des boucles itératives relativement courtes.

Sur le papier, c'est assez simple... pour autant, une majorité des personnes qui se lancent dans l'entrepreneuriat pour la première fois passent plusieurs mois, isolés, à cogiter derrière leur ordinateur sur la meilleure manière à employer pour mettre au point leur produit ou service parfait. À moins que vous ne connaissiez parfaitement votre secteur, vous ne pouvez pas savoir ce qu'est le produit parfait. Alors allez sur le terrain maintenant, parlez avec des prospects, des prestataires, d'autres entrepreneurs, des experts du secteur... C'est de cette manière que vous pourrez savoir si votre produit/service a un réel intérêt pour votre marché.

L'effectuation

L'approche effectuale consiste à vous appuyer sur des ressources que vous possédez déjà. Il est

donc important que vos arbitrages sur les différents aspects déjà évoqués suivent le chemin de réflexion suivant : « Je cherche les meilleures opportunités, sans engager des ressources que je n'ai pas, ou que je ne peux pas avoir. »

L'effectuation s'appuie sur cinq piliers :

- 1. « Un tiens vaut mieux que deux tu l'auras. »**
 Vos arbitrages doivent être faits en fonction des ressources qui sont à votre disposition.
- 2. Raisonner en pertes acceptables.** Vous ne devez pas tout risquer. Déterminez dès le départ le maximum que vous êtes prêt à perdre en termes de temps et d'argent dans vos arbitrages.
- 3. Le patchwork fou.** Un projet est toujours un patchwork : dans cette étape, il est essentiel de chercher à s'entourer de parties prenantes au projet : associés, investisseurs, prospects, prestataires, etc. Autrement dit, des personnes qui ont un intérêt plus ou moins direct avec votre réussite. Ainsi, un projet se construit au gré des personnes qui s'y ajoutent et devient toujours un patchwork. Vos arbitrages doivent donc être évolutifs !
- 4. La limonade.** Parfois, vous devez apprendre à tirer parti des surprises qui interfèrent dans votre projet. Savoir changer de direction peut être bénéfique pour votre entreprise !

- 5. Le pilote dans l'avion.** Vous ne devez pas être dépendant de votre marché, vous devez le construire. Les bons arbitrages peuvent parfois réveiller des marchés endormis.

In fine, utiliser le Lean Startup et l'effectuation, c'est se mettre en action le plus rapidement possible avec les moyens en votre possession, quitte à les modifier par la suite en fonction du développement de votre entreprise.

Beaucoup d'entrepreneurs débutants sont confrontés à cette difficulté : ne pas savoir où donner de la tête ! Ils ont ainsi conscience de l'immense travail qui doit être réalisé, mais il leur est particulièrement difficile de faire le tri entre ce qui doit être fait immédiatement, et ce qui doit être remis au lendemain (ou au mois suivant !). Un projet entrepreneurial nécessite souvent entre six à douze mois avant de pouvoir être déployé. Se pencher sur les bonnes problématiques au bon moment est donc indispensable à la réussite... surtout quand vous avez compris que tous les aspects de votre business plan sont liés, et qu'à chaque fois qu'un aspect est modifié, les autres vont également devoir évoluer.

PREMIERS PAS, COMMENT PROCÉDER ?

Identifiez d'abord tout ce qui peut être bloquant pour la réalisation de votre projet pour lever ces problématiques : par exemple une réglementation, une rentabilité, les moyens financiers à investir pour pouvoir démarrer... D'un projet à un autre, ces problématiques sont différentes, mais elles restent relativement proches pour les projets d'un même secteur. À ce stade, nous validons les grands ensembles.

Je me rappelle un client que j'avais accueilli qui souhaitait ouvrir un parc aquatique. Après trente minutes de réflexion, nous avons évalué les moyens financiers minimums nécessaires au lancement de son projet entre un et deux millions d'euros... alors qu'il n'avait que dix mille euros d'apport. Il a très rapidement pivoté sur une activité sur laquelle son apport était parfaitement suffisant pour se lancer. C'est un constat que j'ai souvent fait : une personne désirent entreprendre a très souvent plusieurs idées. Celle énoncée est généralement celle qu'elle pense la plus acceptable par rapport à son image sociale, son environnement et son parcours de vie, mais ce n'est pas pour autant celle qui lui tient le plus

à cœur ! Par conséquent, il faut accepter d'être vous-même en vous lançant dans ce qui vous fait le plus envie sans tenir compte des codes.

Identifier ces points bloquants et impactants peut prendre plus ou moins de temps, surtout si vous ne connaissez pas le secteur ou si vous ne savez pas vraiment où chercher vos informations : une solution pour aller plus vite est de vous former ou d'être accompagné par un organisme spécialisé dont les intervenants sont eux-mêmes des entrepreneurs : une grande majorité d'entrepreneurs formés par CréActifs peuvent témoigner du temps gagné grâce aux conseils des formateurs, aux échanges avec les autres entrepreneurs et aux méthodes transmises.

Une fois que vous avez validé le fait qu'il n'y a pas (ou plus) de point bloquant, vous devez **creuser les aspects qui ont le plus de chance d'avoir de forts impacts sur votre projet**, car certains peuvent le faire changer du tout au tout. Avant de monter les murs, il est utile de créer en amont de bonnes fondations. Sans une base solide, vous allez devoir tout refaire à chaque fois que vous toucherez à quelque-chose. Par exemple, dans le secteur du service à la personne, la grosse difficulté que vous allez rencontrer est de recruter et garder des personnes pour exécuter les

prestations : comment avez-vous prévu de résoudre cette problématique ?

Vous pouvez ensuite commencer à **traiter tous les aspects secondaires**. Naturellement, une personne ayant des facilités sur un aspect de son projet va être susceptible de surinvestir son temps dans cette partie du projet au lieu de procéder comme je viens de l'expliquer. C'est le cas typique de l'ingénieur qui met au point un objet parfait mais qui ne rencontrera jamais le moindre client : un échec assuré ! Je retrouve souvent ce réflexe chez les entrepreneurs qui sont passés chez CréActifs. La majorité d'entre eux se concentre presque uniquement sur leurs forces.

La différence entre un bon entrepreneur et un mauvais entrepreneur, c'est sa capacité à atteindre un objectif. Autrement dit, c'est l'exécution. Et cela passe, bien évidemment, par la hiérarchisation des prises de décisions : si elles

ne sont pas réalisées dans le bon ordre, vous allez refaire plusieurs fois le même travail, car tout est interdépendant. Ne pas anticiper cette perte de temps gigantesque – alors que le temps, au début d'un projet entrepreneurial, est ce qu'il y a de plus important – est une erreur fatale pour de nombreux entrepreneurs. Le temps est votre principale ressource, utilisez-le bon à bon escient !

Une dernière recommandation avant de vous plonger dans votre boîte à outils : ici, nous parlons d'entrepreneuriat ; nous ne sommes pas à l'école. Celui qui aura la meilleure note au business plan ne sera pas nécessairement le premier de la classe des entrepreneurs ! Ne cherchez pas à cocher toutes les cases... N'écoutez pas trop ce que les gourous de l'entrepreneuriat racontent, pas plus ceux qui parlent d'entrepreneuriat mais qui n'ont jamais entrepris.

Faites appel à votre bon sens. Soyez malin !

DÉFINIR SON PROJET



Une idée ne vaut rien si elle n'est pas mise en œuvre.

Thomas Edison

Vous pensez tenir l'idée révolutionnaire qui va bousculer tout un secteur ? Et si je vous disais que, cette idée, des milliers de personnes l'ont déjà eue avant vous : cela arrive plus souvent qu'on ne le pense. Il existe une infinité de solutions pour mettre en œuvre une idée, la vendre, la distribuer... Elle ne peut jamais être dissociée de la personne qui porte le projet. Les éléments clés de la réussite de votre projet entrepreneurial dépendent donc bien plus de vous que de l'idée en elle-même. Un projet est ainsi toujours défini en fonction du porteur de projet, de ses appétences, de ses compétences, de sa personnalité ou encore de sa situation. Ce qui fait la singularité d'une idée est avant tout le fait qu'il n'y a pas deux entrepreneurs identiques.

SE CONNAÎTRE SOI-MÊME : LA CLÉ DE LA RÉUSSITE

C'est primordial avant de se lancer dans la définition de son projet. Pour cela, matérialiser ses points forts et ses points faibles en termes de compétences entrepreneuriales est essentiel. Vous saurez alors dans quels domaines vous êtes compétent et dans lesquels vous devez vous améliorer. De plus, vous