

# **PROJET DE CREATION D'ENTREPRISE**

## **EXEMPLE 1**

**(Exemple fictif)**

## I. PRESENTATION DE L'HOMME

### 1. Structure et caractéristiques

Le chef d'entreprise, Monsieur Jean, compte travailler seul.

### 2. Caractéristiques individuelles

**Christophe JEAN** - 27 ans, marié, deux enfants à charge.

- Formation : C.A.P. d'électricien
- Expérience professionnelle : 9 ans comme ouvrier électricien.

## II. PRESENTATION GENERALE DU PROJET

### 1. Généralités sur le projet

Electricien spécialisé exclusivement dans l'équipement électrique de pavillons.

### Fiche signalétique de l'entreprise envisagée

#### JEAN

8 bis avenue des roses  
49 240 AVRILLE  
Tél. 01.23.45.67.89

- Domiciliation de l'entreprise au domicile personnel pendant la durée autorisée.
- Lieu d'implantation : commune de 10 000 habitants.
- Zone géographique d'intervention : le département et le sud des départements limitrophes (30 kms du siège de l'entreprise).
- Monsieur Jean compte s'installer en tant qu'indépendant : création d'une entreprise individuelle.

### Aides espérées

ACCRES : Dossier en cours.

### 2. Motivations du projet

#### Historique

A la base, la personnalité du créateur de l'entreprise le pousse à exercer une activité indépendante. Après neuf années passées en tant que salarié, le créateur fait la constatation suivante : il ne supporte plus d'être dirigé par d'autres (contremaîtres). L'électricité est plus qu'un métier, c'est une véritable passion (il s'y intéresse depuis l'âge de 10 ans). Par ailleurs, il sent bien que les relations dans son entreprise actuelle se dégradent, car on parle de licenciements. Il préfère anticiper un éventuel problème et décide de s'installer pour réaliser « un rêve » qu'il portait en lui depuis longtemps.

#### Objectifs poursuivis

Envie d'autonomie, reconnaissance du travail effectué, qualité des prestations.

#### Taille espérée de l'entreprise dans 10 ans :

5 personnes – 0,4 M€ de C.A.

## III. LE PRODUIT ET LE MARCHE

### 1. Le produit

#### Description précise du produit ou du service

Equipement électrique de pavillons : aussi bien l'électricité des maisons, que la fourniture de luminaires en fonction de la demande des futurs clients.

#### Détail précis des prestations offertes

- Installations complètes et grosses installations :
  - tous travaux d'équipements électriques et de distribution, en toutes tensions pour logements,
  - éclairages extérieurs.
- Dépannages rapides :
  - Interventions sur tout problème électrique d'un logement : compteurs, distributions
- Fournitures de luminaires et accessoires :
  - en fonction des besoins des clients : luminaires intérieurs et extérieurs de toutes sortes.

## 2. Le marché

### Caractéristiques de la demande

- Monsieur Jean a obtenu des engagements d'exclusivité de trois pavillonners. Ces engagements n'ont pas encore été contractualisés, il s'agit d'engagements oraux. Cette exclusivité peut être remise en cause à tout moment.
- En plus de la clientèle de pavillonners qui constituent la cible principale, Monsieur Jean souhaite élargir et diversifier sa clientèle. Il envisage une prospection en direction des particuliers.
- l'activité de l'entreprise sera dépendante de l'évolution de trois types de demande :
  - la clientèle des pavillonners,
  - les clients des pavillonners (particuliers),
  - d'autres particuliers.

La clientèle des pavillonners représente un risque important, car il s'agit d'une demande imprévisible. Ce type de clientèle a un délai de règlement de 40 jours en moyenne.

### Caractéristiques de l'offre

La concurrence, compte tenu de l'implantation géographique et du large rayon d'action envisagé, est très vive. Monsieur Jean compte beaucoup sur les engagements d'exclusivité. Aucun contrat n'ayant été signé, cette exclusivité peut donc être remise en cause à tout moment...

Monsieur Jean prospecte des pavillonners.

Le problème commercial de Monsieur Jean :

- trouver les premiers clients,
- prospecter d'autres clients...

Un des points clés que révèle l'étude commerciale, est que les pavillonners ne supportent pas « d'avoir des problèmes sur le chantier... », ce qui peut se résumer par le tableau suivant.

<b>POINTS CLES</b>	<b>ANALYSE DES POINTS CLES</b>	<b>INCIDENCES SUR L'ENTREPRISE</b>
Ponctualité	Commencer le chantier à la date prévue	<ul style="list-style-type: none"><li>• Concevoir un planning des chantiers</li><li>• Respecter le planning</li></ul>
	Ne pas prendre de retard sur le chantier	<ul style="list-style-type: none"><li>• Organisation du temps</li><li>• Organiser les achats et livraisons</li></ul>
	Pouvoir travailler avec l'artisan : <ul style="list-style-type: none"><li>- joindre l'artisan pour évoquer les problèmes,</li><li>- présence de l'artisan aux réunions de chantier,</li><li>- ponctualité de l'artisan lors des réunions de chantier</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Organiser la réception des appels téléphoniques</li><li>• Organiser la réponse aux appels téléphoniques</li><li>• Travailler avec un agenda</li><li>• Organisation du temps</li></ul>
Fiabilité	Remettre des devis dans les temps prévus	<ul style="list-style-type: none"><li>• Etre organisé pour concevoir des devis dans un délai court (organisation de l'entreprise et informatique)</li><li>• Etre organisé pour relancer les devis et les suivre</li></ul>
	Respecter les devis	<ul style="list-style-type: none"><li>• Savoir-faire un devis</li><li>• Etre sérieux</li><li>• Suivre le chantier</li></ul>
	Eviter les malfaçons et les litiges avec les clients	<ul style="list-style-type: none"><li>• Savoir travailler</li><li>• Qualité de la prestation</li></ul>

## IV. POLITIQUE ET MOYENS COMMERCIAUX

### 1. Objectifs commerciaux

Le chiffre d'affaires de la première année sera généré essentiellement par les affaires promises par les 3 pavillonneurs déjà rencontrés.

### 2. La clientèle

Les couples produits/marché

CLIENTS	PAVILLONNEURS	PARTICULIERS CLIENTS PAVILLONNEURS	AUTRES PARTICULIERS
SERVICES			
GROSSES INSTALLATIONS			
DEPANNAGES RAPIDES			
LUMINAIRES ET ACCESSOIRES			

Les actions commerciales :

*Concernant les pavillonneurs :*

Monsieur Jean compte sur les contacts déjà pris avec trois pavillonneurs.

Par ailleurs, il a repéré un potentiel de 10 entreprises (pavillonneurs) pour lesquelles il pourrait intervenir. Les moyens d'actions envisagés sont le mailing avec relance téléphonique, afin de décrocher des rendez-vous avec les donneurs d'ordre.

*La concurrence :*

Prestataires de service indépendants déjà installés. 15 entreprises dans le rayon d'action envisagé.

*Concernant les clients des pavillonneurs :*

Les marchés sont offerts au travers des contacts qu'il aura, lors des travaux effectués pour le compte des pavillonneurs.

*La concurrence :*

Prestataires de service indépendants déjà installés. Magasins de luminaires et accessoires, grandes surfaces, magasins de bricolage...

*Concernant les autres particuliers :*

IL s'agit là d'une prospection dans la zone de chalandise.

Les clients visés sont :

- Les Résidents de nouvelles zones pavillonnaires ou de nouveaux immeubles.
- Certains quartiers proches de son domicile.

Ses moyens d'actions étant limités, il compte agir de la manière suivante :

- Distribution de prospectus dans les boîtes aux lettres.
- Pages jaunes de l'annuaire téléphonique.

Monsieur Jean ne doit pas fonder l'essentiel de son chiffre d'affaires sur ce segment qui semble "incertain" et long à pénétrer.

*La concurrence :*

Très rude sur ce créneau. Prestataires de service indépendants déjà installés. Magasins de luminaires et accessoires, grandes surfaces, magasins de bricolage...

### 3. Politique de prix

Après renseignements pris auprès d'autres professionnels, le tarif pratiqué pour l'équipement d'un pavillon est de l'ordre de 2 000 €. Il faut cependant tenir compte des rapports de force et de la situation de dépendance de cette entreprise vis à vis des pavillonneurs. Par ailleurs, les aléas du secteur de la construction peuvent également être un handicap.

Le coût de revient pour l'équipement d'un pavillon est de l'ordre de 1 000 €.

Le prix des accessoires et des dépannages rapides est variable. Le tarif horaire de main d'oeuvre est de 20 à 30 €.

CLIENTS	PAVILLONNEURS	PARTICULIERS CLIENTS PAVILLONNEURS	AUTRES PARTICULIERS
SERVICES	1500 €/pavillon		
GROSSES INSTALLATIONS		25 €/heure	25 €/heure
DEPANNAGES RAPIDES		?	?
LUMINAIRES ET ACCESSOIRES			

#### 4. L'organisation de la prospection commerciale

Démarrage de l'activité : 2 Janvier 2008								p = prospect j = jour
N° ETAPE	QUOI ?	QUI ?	DONNEES	M1	M2	M3	M4	M5
<b>1</b>	<b>PREPARER LES RENDEZ-VOUS</b>							
<b>11</b>	<u>Affiner le fichier</u> Temps en j / 13 p	Mr	1 j					
<b>12</b>	<u>Courrier</u> Temps en j / 13 p	Mr	0,5 j					
<b>13</b>	<u>Prendre rendez-vous</u> Temps consacré / j Nombre de prospects / j	Mr	1h/j 1p/j	<b>13p</b>	<b>13p</b>	<b>13p</b>	<b>13p</b>	<b>13p</b>
<b>14</b>	<u>Distribution de prospectus</u>	Mme	Nombre	<b>500</b>	<b>1 000</b>	<b>1 500</b>	<b>2 000</b>	<b>2 000</b>
<b>2</b>	<b>PROSPECTER</b>							
<b>21</b>	<u>Visiter des prospects</u> (1) Temps consacré à 1 personne (2) Temps déplacement moyen (3) Prospects rencontrés dans une journée (4) Jours consacrés à la visite (5) Prospects rencontrés (5) = (4) / (3)	Mr Mr Mr Mr Mr	2H00 2H00 1p 0,5j 13 p / 5 mois					
<b>RECAPITULATIF TEMPS PASSE</b>								
	Courrier	Mr	1,5j	1,5j				
	Prise de rendez-vous	Mr	13h/mois	2j	2j	2j	2j	2j
	Visites	Mr	1 jour/p	2j	2j	2j	2j	2j
	Distribution de prospectus	Mme	1 jour/500	1j	2j	3j	4j	4j
		Mr		5,5j	4j	4j	4j	4j
	Cohérence jours ouvrables dans le mois			22	21	21	21	18

## 5. La montée en pression du chiffre d'affaires :

<b>CLIENTELE DE PAVILLONNEURS : GROSSES INSTALLATIONS</b>					
<b>ACTIONS COMMERCIALES</b>	<b>M1</b>	<b>M2</b>	<b>M3</b>	<b>M4</b>	<b>M5</b>
Nombre de prospects	13	13	13	13	13
Potentiel global de pavillons par an	300	300	300	300	300
Nbre de pavillons équipés <b>(1)</b> (Sur la base d'1 pavillon par semaine suivant les temps morts et de déplacement)	1	2	3	4	4
Prix de facturation HT <b>(2)</b>	1500 €	1500 €	1500 €	1500 €	1500 €
<b>MOYENNE VENTES PAR MOIS (1) x (2)</b>	<b>1500 €</b>	<b>3000 €</b>	<b>4500 €</b>	<b>6000 €</b>	<b>6000 €</b>

Sur une année (11 mois de travail effectif), le total de chiffre d'affaires pour les grosses installations s'élève à : **57000 €**

Cela représente l'équipement de 38 pavillons par an. Monsieur Jean prévoit l'équipement de 40 pavillons pour la deuxième année.

<b>CLIENTELE DE PARTICULIERS : DEPANNAGES RAPIDES</b>					
<b>ACTIONS COMMERCIALES</b>	<b>M1</b>	<b>M2</b>	<b>M3</b>	<b>M4</b>	<b>M5</b>
Distribution de prospectus	500	1 000	1 500	2 000	2 000
Nombre de clients <b>(1)</b> (base : taux de retour de 1%)	5	10	15	20	20
Heures facturées <b>(2)</b> (moyenne)	3 heures	3 heures	3 heures	3 heures	3 heures
Prix de facturation HT <b>(3)</b>	25 €	25 €	25 €	25 €	25 €
<b>MOYENNE VENTES PAR MOIS (1) x (2) x (3)</b>	<b>375 €</b>	<b>750 €</b>	<b>1125 €</b>	<b>1500 €</b>	<b>1500 €</b>

Sur une année (11 mois de travail effectif), le total de chiffre d'affaires pour les dépannages rapides s'élève à : **14250 €**

Ce qui représente :

- La première année : 570 heures facturés, soit 190 dépannages, en moyenne.
  - La deuxième année : Monsieur Jean prévoit 592 heures facturés, soit 197 dépannages, en moyenne.
- Remarque : Les deux premières années, il n'est pas tenu compte de la vente de luminaires et accessoires.

**Le chiffre d'affaires total s'élève à 71250 € (HT) pour la première année.  
Monsieur Jean prévoit une augmentation de 5 % la deuxième année,  
soit un chiffre d'affaires de 74813 € HT.**

## V. LES MOYENS DE PRODUCTION

Le chef d'entreprise compte travailler seul, au moins la première année. Les embauches éventuelles se feront en fonction de l'obtention de contrats.

N°	FONCTION Ce que je dois faire	MOYENS Ce qu'il me faut	QUI le fait	COUT Euros	TEMPS Utilisé
<b>1</b>	<b>VENDRE</b>				
	Prospecter des clients pour démarrer				
11	Prospecter des pavillonneurs	Un fichier	Mr		
		• 49 Maine et Loire		100	
		• 53 Mayenne		70	1 J
		Un courrier			
		• Rédaction			
		• Envoi Poste		70	0,5 J
		Visiter les Pavillonneurs			
		• Faire un "presse-book"		180	15J
		• Faire carte de visite 500		180	
		• Se déplacer		3000	2 j
		• Laisser une plaquette ?		?	
		• Faire un devis sur place			
		• Papier à en-tête		300	
		Relancer au téléphone			
		• coût téléphone		150	2 j
12	Distribuer les prospectus	Réaliser un prospectus			
		• Photocopie (2 000)	Mme	300	1 j
		• Distribution			1 j/500
13	Continuer à prospecter après avoir démarré		Mr		4 j/mois
<b>2</b>	<b>INSTALLER/DEPANNER</b>	Un véhicule		9000	
		Assurance du local ?		120/an	
		Assurance du véhicule ?		500/an	
		Entretien		500/an	
		Petits matériels (vérificateur, contrôleur universel, d'isolement)		4500	
		Outillage		1500	
<b>3</b>	<b>GERER</b>				
	Faire la comptabilité	Registres	comptable	1000	
	Préparer la comptabilité	Machine à calculer	Mme		3 j/mois
	Faire les factures		Mr		2 j/mois
	Aller à la banque		Mme		1 j/mois
	Téléphone professionnel portable	Frais de téléphone		1200/an	
	Organiser les approvisionnements		Mr		2 j/mois
	Suivre l'évolution de l'entreprise		Mr		1j/mois
<b>4</b>	<b>LIVRER</b>				
	Livraison de fin de chantier (vérification de la mise aux normes)		Mr		3 h/pav.

**L'investissement en matériel s'élève à : 90 000 F**

**Analyse de la gestion du temps de Mr et Mme Jean durant les 5 premiers mois d'activité :**

<b>QUOI ?</b>	<b>QUI ?</b>	<b>M1</b>	<b>M2</b>	<b>M3</b>	<b>M4</b>	<b>M5</b>
Prospection	Mr	5,5 j	4 j	4 j	4 j	4 j
Equipement de pavillon (5 j / pavillon)	Mr	5 j	10 j	15 j	20 j	20 j
Dépannage	Mr	2 j	4 j	6 j	8 j	8 j
Gestion de l'entreprise	Mr	3 j	3 j	3 j	3 j	3 j
Organiser les approvisionnements	Mr	2 j	2 j	2 j	2 j	2 j
Livraison des chantiers	Mr	0,5 j	1 j	1,5 j	2 j	2 j
<b>Temps utilisés / mois en jours</b>	Mr	<b>18 j</b>	<b>24 j</b>	<b>31,5 j</b>	<b>39 j</b>	<b>39 j</b>
Cohérence jours ouvrables dans le mois		22	21	21	21	18
<b>Temps restant pour faire les devis</b>	Mr	<b>4 j</b>	<b>?</b>	<b>?</b>	<b>?</b>	<b>?</b>
Travail salarié	Mme	22 j	21 j	21 j	21 j	18 j
Distribution des prospectus	Mme	1 j	2 j	3 j	4 j	4 j
Gestion de l'entreprise	Mme	4 j	4 j	4 j	4 j	4 j
<b>Temps utilisés / mois en jours</b>	Mme	<b>27 j</b>	<b>27 j</b>	<b>28 j</b>	<b>29 j</b>	<b>26 j</b>
Cohérence jours ouvrables dans le mois		22	21	21	21	18

Elisabeth, l'épouse du créateur, est occupée à temps plein 8 jours par mois par l'entreprise. Est-ce compatible avec les charges de famille et son travail en tant que salariée ?

Le créateur affecte à la prospection 4 jours par mois et 5 jours à la gestion "administrative" de l'entreprise. Par ailleurs, il est sur les chantiers le reste du temps. Il sera sans doute obligé d'accepter des travaux de dépannages le samedi et le dimanche.

Il doit également prévoir du temps pour la réception de fin de travaux. C'est à cette occasion qu'un contrôleur vérifiera la conformité des installations par rapport aux normes en vigueur.

A terme, et en fonction du volume d'activités, Mr Jean sera certainement obligé d'embaucher un compagnon.