

## Chapitre 3 : La planification stratégique.

### 1. Choix de l'idée de projet

Généralement la recherche de l'idée d'un produit ou d'un service servant à la création d'une entreprise, peut se faire dans trois directions : la vie quotidienne, la vie économique ou la vie professionnelle.

- **La vie quotidienne** : en observant la vie quotidienne, on peut facilement trouver l'idée du projet qu'on veut mettre en place. Ainsi, on peut identifier certains besoins pouvant être satisfaits par la mise en place de produits ou services non commercialisés, ou copier une idée réussie et qui a été réalisée par un ami, un voisin ou un parent.

- **La vie économique** : la consultation des revues et magazines nationales et internationales peut constituer une source d'idées pour des opportunités nouvelles. Ainsi des idées pouvant être transposées d'un pays à un autre, en l'état ou adaptées, en fonction du contexte de ce pays.

- **La vie professionnelle** : présente la troisième source possible d'identification des idées entrepreneuriales puisque l'observation du milieu professionnel peut permettre de découvrir des produits ou services complémentaires à ceux commercialisés par le patron.

De même, on peut trouver une idée d'un projet entrepreneurial en empruntant les quatre voies suivantes :

1. La commercialisation d'un produit ou service existant déjà sur le marché.
2. La mise en place d'un nouveau produit ou d'un nouveau service.
3. L'acquisition d'une franchise.
4. La reprise d'une entreprise.

Le tableau ci-après expose les avantages et les inconvénients de chaque option.

Option	Avantages	Inconvénients
Commercialisation d'un produit ou service existant déjà sur le marché	- Disponibilité des statistiques sur le produit ou le service. - Possibilité d'amélioration de l'existant.	- Risque d'être copié. - Risque de saturation du marché.
Mise au point d'un nouveau produit ou service	- Bénéfice de la nouveauté. - Coût peu élevé.	- Possibilité d'une mauvaise réaction du marché. - Absence de données chiffrées sur le produit ou le service.
Acquisition d'une franchise	- Avantage de l'expérience et de la notoriété du franchiseur. - Gain du temps. - Mise en place rapide.	- Dépendance vis-à-vis du franchiseur (prix, approvisionnements,...) - Possibilité du rejet de la franchise par le marché. - Coûts élevés (droits d'entrée, royalties,...)
Reprise d'une entreprise	- Gain du temps. - Activité déjà opérationnelle.	- Risque de changement des attitudes des partenaires (banquiers, fournisseurs, clients,...). - Possibilité d'héritage d'une mauvaise marque.

## **1.1. Méthodologie de recherche et de validation d'idée de création d'entreprise**

Le processus de recherche d'idée comporte 4 étapes :

### **1.1.1. Sélection d'un axe de recherche**

On peut s'inspirer :

- du savoir-faire professionnel
- de personnalité
- des opportunités
- des problèmes rencontrés

### **1.1.2. La recherche des idées**

On applique les techniques de créativité à l'axe de recherche retenu :

#### **a- Le brainstorming**

Cette technique consiste à produire en groupe et spontanément le plus grand nombre possible d'idées sur un sujet donné (5 participants au minimum et idéalement 8-12) :

- sans retenue
- sans se soucier du réalisme des idées dans un premier temps ;
- en s'interdisant toute critique, toute justification.

#### **b- La défectuologie**

Cette technique consiste à :

- recenser tous les défauts, inconvénients ou faiblesses d'un produit ou d'un service ;
- les classer en fonction de critères choisis ;
- chercher des solutions d'amélioration ou de suppression de ces éléments insatisfaisants.

#### **c- L'espace de consommation**

Pour trouver de nouvelles idées de produits ou de services, on peut également utiliser un tableau intitulé "Espace de consommation". Cet outil permet de définir un produit ou un service existant et vendable selon tous ses critères commerciaux.

➤ La modification d'un des paramètres peut alors donner naissance à :

- un produit nouveau ou à une activité nouvelle ;
- un produit ou un service modifié pour l'adapter à un autre marché.

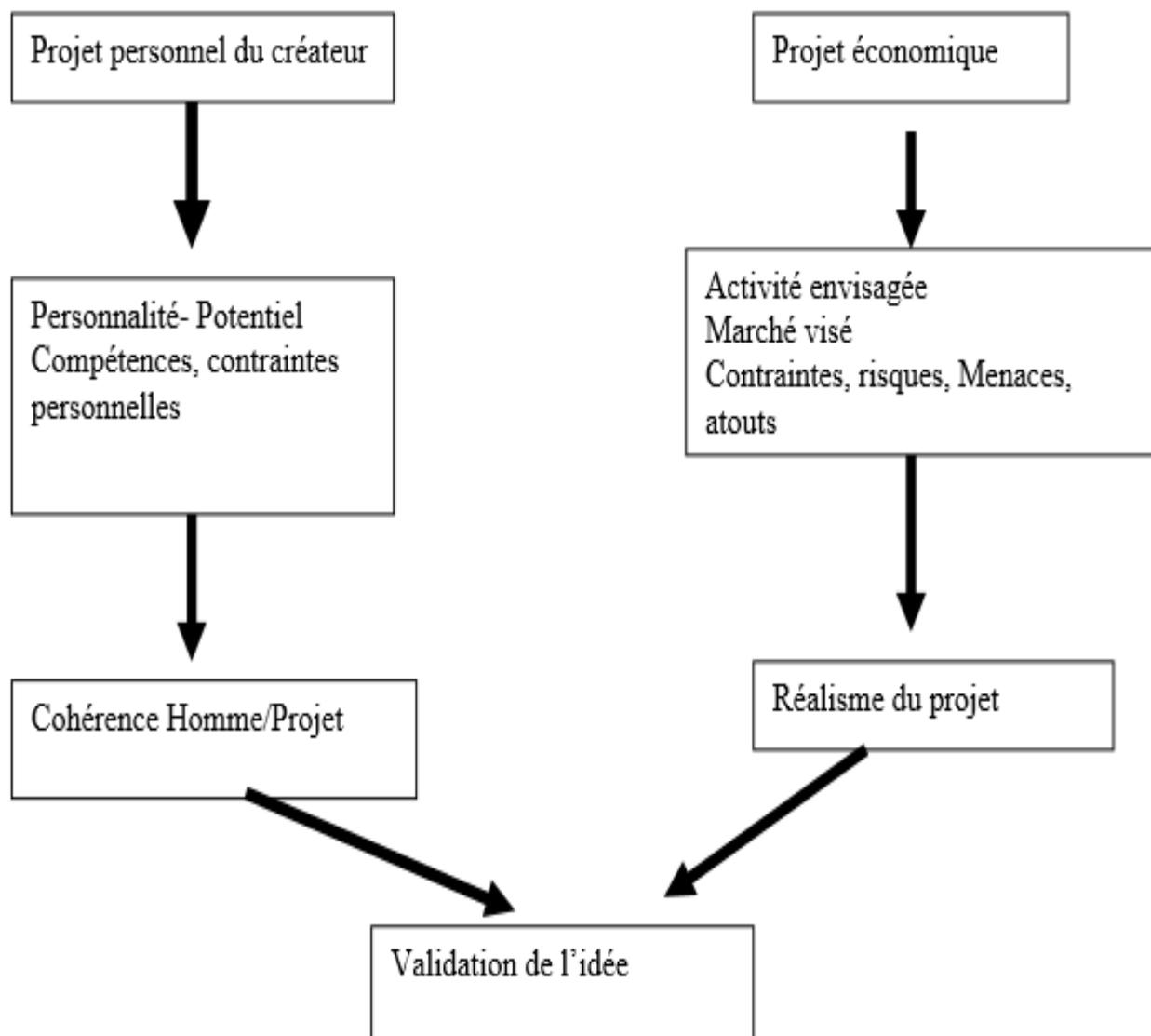
Cette technique ne peut s'utiliser qu'à partir d'une activité ou d'un produit existant.

### 1.1.3. Sélection de certaines idées

La sélection de certaines idées se fait à travers une analyse objective et subjective du réalisme des idées en tenant compte :

- des compétences indispensables
- des moyens financiers, humains et techniques
- du contexte juridique
- du temps disponible

### 1.1.4. La validation des idées retenues



## **2. L'étude de marché**

### **2.1. Définition**

L'étude de marché est un travail de collecte et d'analyse d'information qui a pour objectif d'identifier les caractéristiques d'un marché. Cette étude permet de savoir si l'idée du projet est réalisable et si elle est susceptible de faire la différence avec les concurrents.

Les principaux axes d'une étude de marché sont :

- l'environnement du produit ou du service ;
- le marché cible (les clients) ;
- la concurrence (les concurrents) ;
- les fournisseurs ;

#### **a. L'environnement du produit ou du service**

Il s'agit de l'étude du secteur du produit ou du service à produire ou à commercialiser. Cette étude permet de connaître la réglementation de la profession et les tendances du marché.

#### **b. Le marché cible (les clients)**

La clientèle de l'entreprise doit être identifiée de manière précise : individus, détaillants, collectivités, grossistes, industriels, etc.

Le rapport qualité/ prix doit être déterminé avec précision afin d'inciter les clients à s'approprier du produit ou du service de l'entreprise. Le marché cible ne doit pas dépendre d'un seul client mais comprendre une variété de clients sinon le sort de l'entreprise sera entre ses mains (l'entreprise sera la victime de ses caprices).

#### **c. La concurrence (les concurrents)**

La connaissance approfondie des concurrents permet d'identifier :

- leurs forces et leurs faiblesses (capacité de production et de commercialisation, modes de vente, caractéristiques de leurs produits,...) ;
- leurs politiques de prix (politique de promotion de vente, prix pratiqués,...) ;
- les conditions accordées aux clients (conditions de règlement, délais de livraison, service après-vente,...).

Il est possible de se procurer de ses informations auprès des chambres de commerce, des associations professionnelles et auprès des concurrents eux-mêmes, de leurs clients et de leurs fournisseurs.

#### **d. Les fournisseurs**

Le choix des futurs fournisseurs de l'entreprise ne doit pas se faire uniquement sur la base de leurs prix mais également sur la qualité de leurs produits. Comme pour les clients, il ne faut jamais choisir un seul fournisseur. Aussi, il faut sélectionner plusieurs fournisseurs en s'assurant qu'ils vont soutenir l'entreprise dans les situations difficiles (difficultés financières, commandes exceptionnelles,...) et qu'ils vont respecter les délais d'approvisionnements de l'entreprise.

#### **2.2. Méthodologie de réalisation d'une étude de marché**

Pour réaliser une étude de marché, On recourt aux trois outils suivants :

1. La recherche documentaire via les sources et canaux d'informations : contact direct, journaux et magazines, sites internet.
2. L'étude qualitative visant l'obtention d'informations de qualité sur un secteur d'activité : entretiens semi-directs, focus group,...
3. Les études quantitatives pour mieux cibler les préférences d'un acteur du marché, notamment les clients : sondage par questionnaire, test de dégustation, marché témoin.....

#### **2.3. Principales sources d'informations pour la connaissance de l'environnement et du secteur d'activité**

- ❖ Les centres régionaux d'investissement (CRI)
- ❖ Les fédérations de métiers et ordres (AMITH, FENAGRI, APEBI, FIMME, AMICA...)
- ❖ Les Banques (surtout celles disposant de bibliothèques ouvertes au public)
- ❖ Observatoires économiques (HCP, CMC....)
- ❖ Les chambres de commerce d'industrie et de services (CCIS)
- ❖ Les foires et salons professionnels
- ❖ La presse économique (l'économiste, la vie économique,....)
- ❖ Les associations d'aide à la création d'entreprises :
  - ✓ Fondation Banque Populaire
  - ✓ Centre des jeunes dirigeants