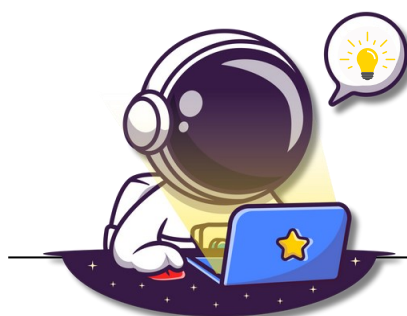




IDéo©

De l'idée à l'opportunité



Nom du projet :

Porteur(s) du projet :

IDéo© - Document de travail

Conception originale :
Pr. Christophe Schmitt
Responsable du Peel
Professeur à l'IAE Metz et CERFIGE

PARTIE 1

- LA CONSTRUCTION D'UN SCÉNARIO -



1 Mon projet c'est quoi ?

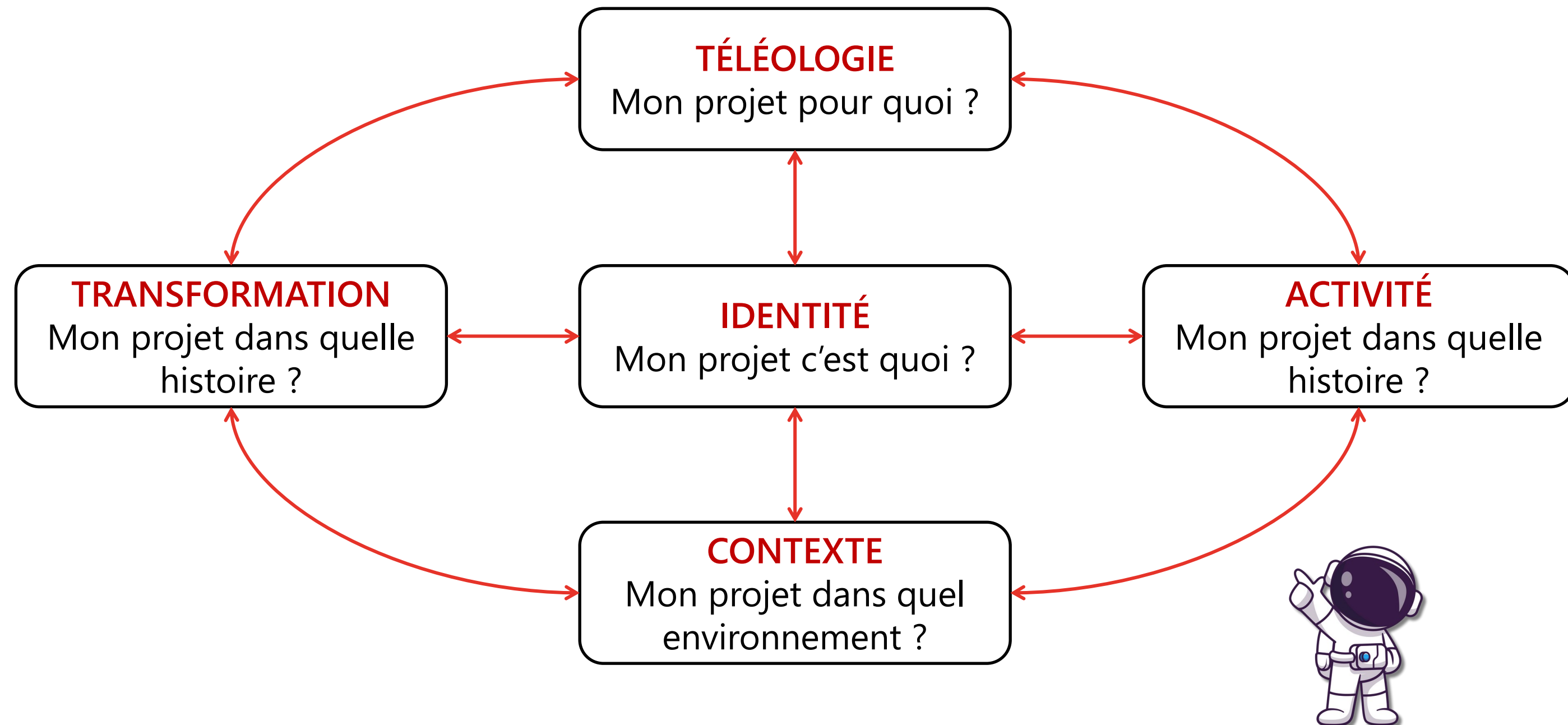
2 Mon projet dans quelle histoire ?

3 Mon projet pour quoi ?

4 Mon projet fait quoi ?

5 Mon projet dans quel environnement ?

PARTIE 1



1.1 Mon projet c'est quoi ?



“Décris-moi ton projet”

Quelle phrase résume l'ensemble de mon projet ?

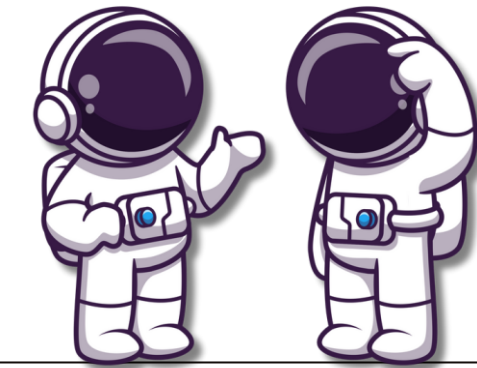
Pas de slogan ; ne pas se limiter au produit.

“Dessine-moi ton projet”

Quel schéma permet d'avoir une vue d'ensemble sur mon projet ?

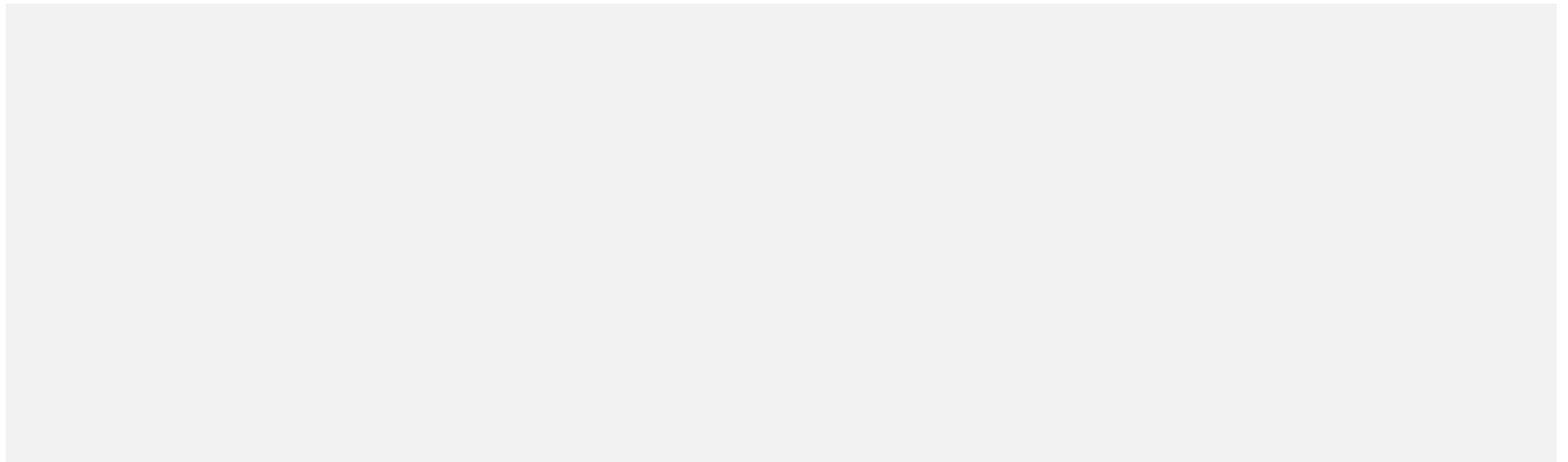
A large, empty rectangular box with a thin red border, intended for drawing a project overview diagram.

1.2 Mon projet dans quelle histoire ?

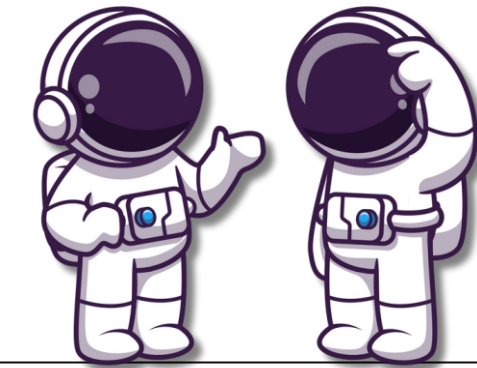


Storytelling

Pourquoi mettre en place un projet entrepreneurial ? Pourquoi ce projet plutôt qu'un autre ? Quels sont les projets que vous avez déjà eus ? Quels sont les projets futurs que vous envisagez ? Quels sont les liens entre ces différents projets ? Quelles sont vos valeurs fortes ?

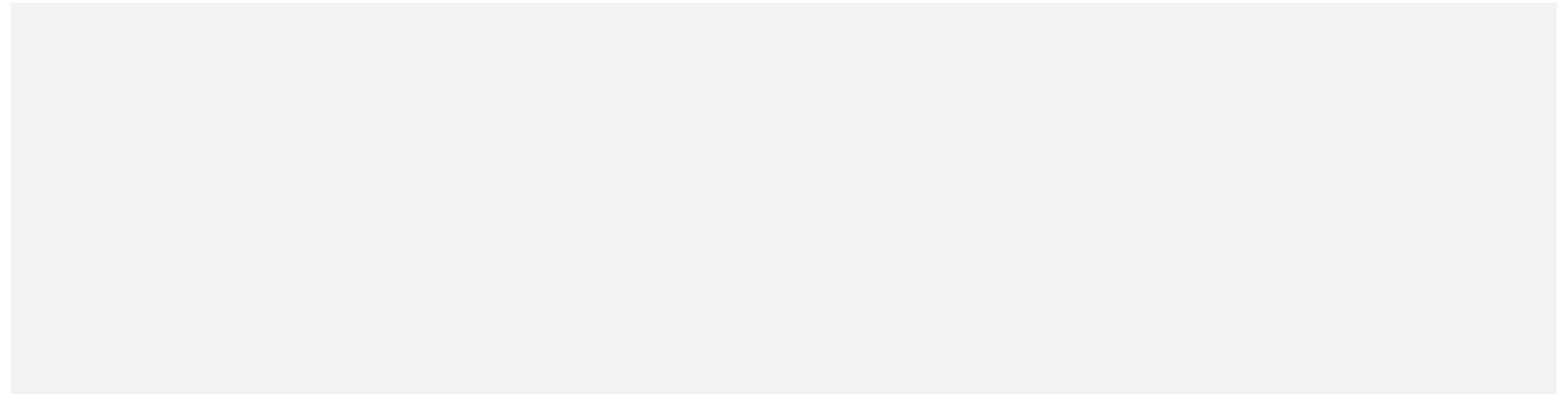


1.2 Mon projet dans quelle histoire ?



Identification et définition du besoin

Jusqu'à aujourd'hui, comment ont évolué le besoin et les réponses apportées à celui-ci ? Quels sont les besoins, les problèmes, les désirs que vous voulez satisfaire ? Pourquoi votre solution n'a pas encore été proposée ? Quelles sont les solutions qui ont été proposées jusqu'à présent ? Pourquoi ce besoin reste insatisfait ? Pourquoi le problème n'est pas résolu ?



1.3 Mon projet pour quoi ?



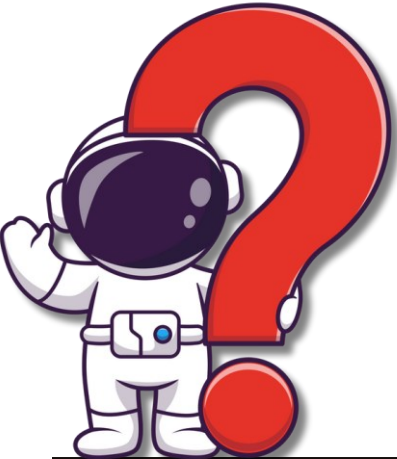
Description de la demande

Segmentation de la clientèle et ciblage

Acheteurs :

Utilisateurs finaux :

Prescripteurs :



Description de l'offre

Concurrence sur le marché

Produits /services similaires :

Produits / services de substitution :

Etude concurrentielle à partir des entreprises concurrentes identifiées :

Description de votre offre

Offre et valeur ajoutée

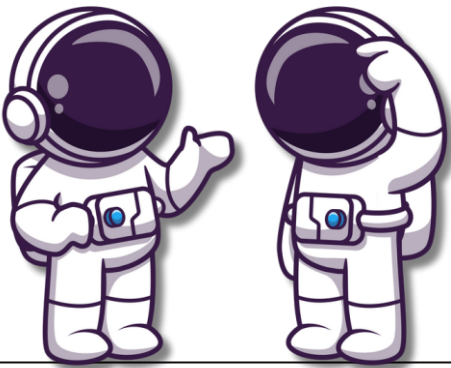
Offre + valeur ajoutée :

Avantages pour le client :

Avantages concurrentiels (non copiables) :

Autres :

1.3 Mon projet pour quoi ?



Utilisation des persona

Quels sont les besoins, les problèmes, les désirs que vous souhaitez satisfaire ? Pour quel type de personnes ? Pourquoi votre solution n’a pas encore été proposée avant vous ? Pourquoi vous considérez que ce besoin reste insatisfait ? En quoi votre solution permet de répondre à plusieurs besoins / problèmes / désirs ?

Imaginez un client / usager / bénéficiaire type ; imaginez ce qu’il fait au quotidien, ce qui lui cause des soucis, ce qu’il attend de l’avenir, ses souhaits d’amélioration, les phrases qu’il peut dire, les comportements qu’il peut avoir, les personnes qui lui influencent, ses loisirs.

Nom :
Rôles :

Maux actuels :

Désirs / aspiration :

Valeurs :

Age :

Genre :

Encerclez les besoins que vous allez satisfaire grâce à votre projet et développez quelques justifications autour des questions posées plus haut.

Subsistance	Loisir	Participation
Protection	Compréhension	Création
Identité	Affection	Liberté

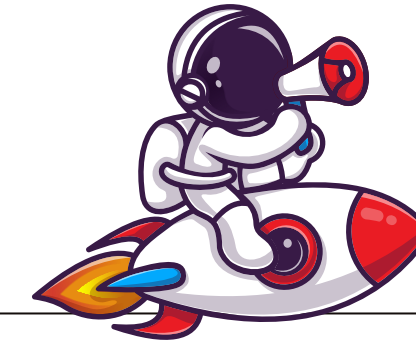
Autres besoins :

Problèmes :

Désirs :

UNIVERSITÉ DE LORRAINE | peel

8



Attention à l'ordre
de remplissage !

1.4 Mon projet fait quoi ?

1. Quelles sont les activités clés du projet ?

Séparez les verbes d'action par moments (avant, durant ou après le démarrage), par niveau (stratégique, opérationnel) ou par fonction (production, gestion, vente, distribution...). Listez aussi les activités connexes comme le nettoyage, la communication, la levée des fonds...

2. Quelles sont les ressources (humaines, techniques, financières,...) nécessaires aux différentes activités ?

Faites la liste en face de chaque activité.

3. Quels sont les résultats attendus des différentes activités ? Quels sont les objectifs dans le temps ?

2 Ressources

Ex : 1,25 personnes, ligne téléphonique, voiture, frais de déplacements, hébergement, restauration

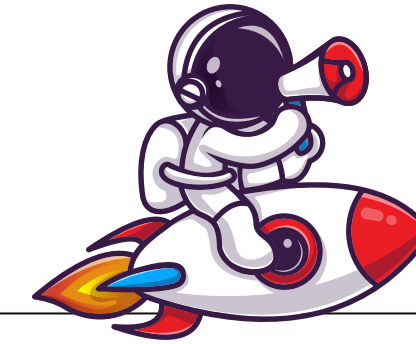
1 Activités

Ex : faire de la prospection

3 Résultats / objectifs

Ex : en 3 mois, avoir prospecté toute la région

1.4 Mon projet fait quoi ?



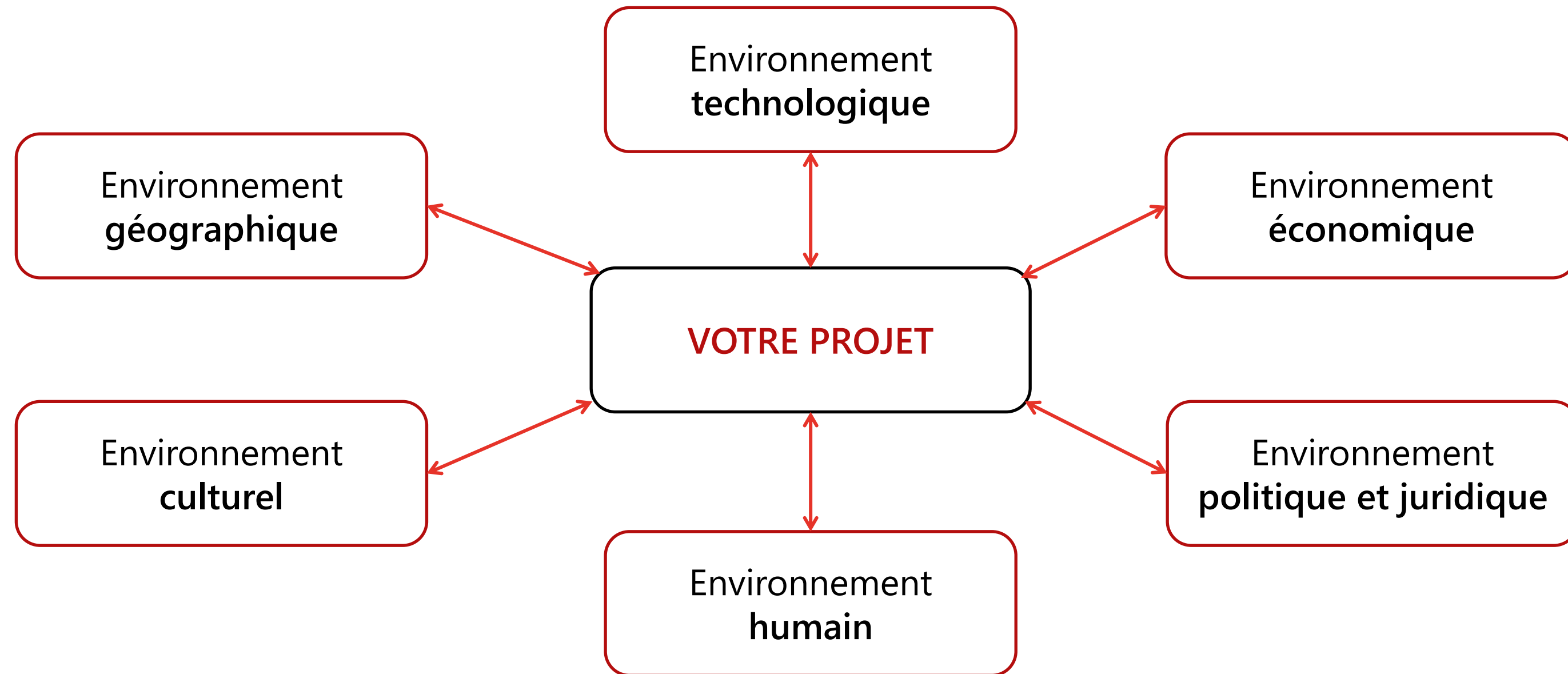
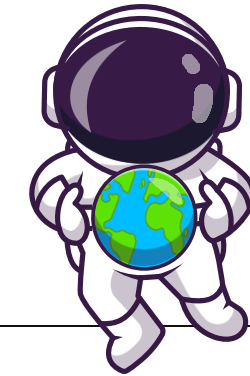
Attention à l'ordre
de remplissage !

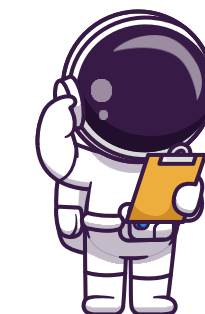
2 Ressources

1 Activités

3 Résultats / objectifs

1.5 Mon projet dans quel environnement ?





1.5 Mon projet dans quel environnement ?

Environnement géographique

Echelle de l'activité

Zone d'implantation (siège, usines, centres de distribution, R&D) :

Zone de chalandise : locale, régionale, nationale, internationale ?

Détails :

Environnement technologique

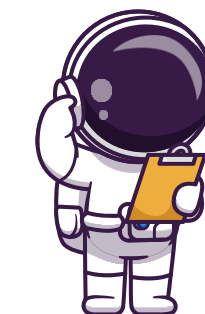
Savoirs / technologies indispensables

Entrez les éléments ici.

Environnement économique

Attraits du marché / attractivité du secteur

Entrez les arguments ici.



1.5 Mon projet dans quel environnement ?

Environnement culturel

Atouts culturels / modes

Entrez les arguments ici.

Environnement humain

Compétences indispensables

Entrez les éléments ici.

Environnement politique et juridique

Lois, réglementations, normes

Entrez les éléments ici.

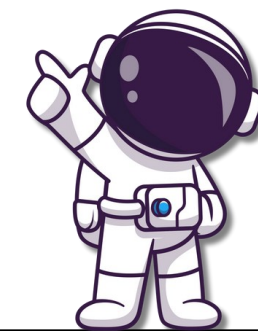
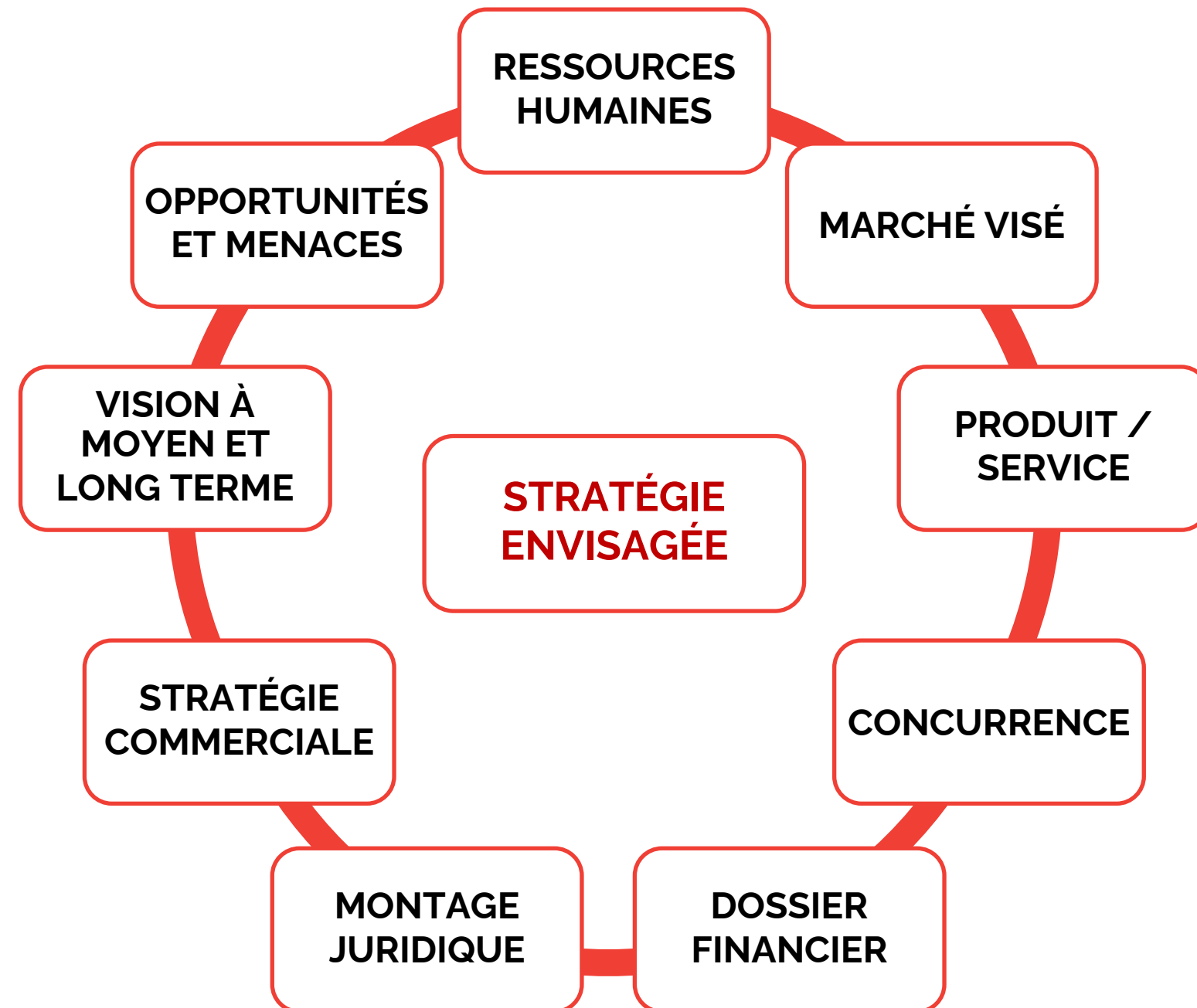
PARTIE 2

- STRATÉGIE ENVISAGÉE -

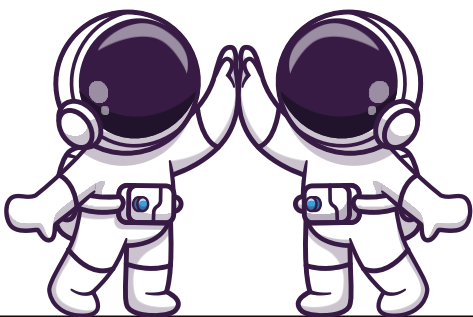


- | | | |
|------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|
| 1 Ressources humaines | 4 Concurrence | 7 Stratégie commerciale |
| 2 Marché visé | 5 Dossier financier | 8 Vision à moyen et long terme |
| 3 Produit / service | 6 Montage juridique | 9 Opportunités et menaces |

PARTIE 2



2.1 Ressources humaines

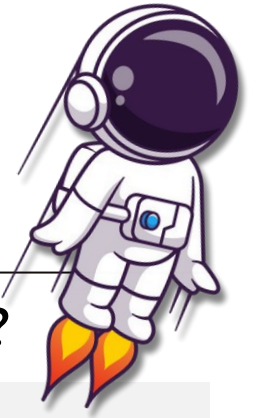


Les personnes requises pour le projet en quantité et compétences, son organisation (qui fait quoi ?), ses heures, la surface de travail pour le site industriel ou les bureaux, le salaire en cohérence dans le profil de l'équipe (expérience/capacité)...

Intitulé des postes	I, E, P*	Profil du poste	Salaire Net	Salaire Brut (charges salariales ≈ 22%)	Coût employeur (charges patronales ≈ 45%)	Nombre de postes nécessaires	Total mensuel (chargé)	Total annuel (chargé)

*Distinguer les activités internalisées (I), externalisées (E) et celles à réaliser par le porteur de projet (P).

2.2 Marché visé



Quel chiffre d'affaires potentiel sur le marché ? Quelles tendances du marché ? Quelle saisonnalité de l'activité ? Quel montant du panier moyen des clients ?

2.3 Produit / service

Quels intérêts / caractéristiques / valeurs ajoutées / avantages / plus-value du produit / service par rapport à la concurrence ? Quel prix ? Quelle marge ? Quelles évolutions historiques ont eu lieu ? Quelle gamme pouvons nous développer par la suite ?

2.4 La concurrence



Quelle est la menace des produits de substitution, la menace des nouveaux entrants, le pouvoir de négociation des fournisseurs, le pouvoir de négociation de clients, et la pression intra-sectorielle ? Qualifiez l'intensité des différentes forces entre 0 et 5, selon votre perception. Pensez à des stratégies pour survivre à cette pression.

NOUVEAUX ENTRANTS

Arguments :

Intensité : _

↕

FOURNISSEURS

Arguments :

Intensité : _

↔

CONCURRENCE SUR LE MARCHÉ

Arguments :

Intensité : _

↔

CLIENTS

Arguments :

Intensité : _

↕

SUBSTITUTS

Arguments :

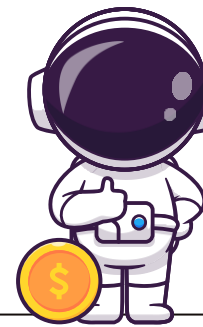
Intensité : _

Options d'intensité

Très faible / facile de travailler avec

0 1 2 3 4 5

Très intense / dur de négocier avec



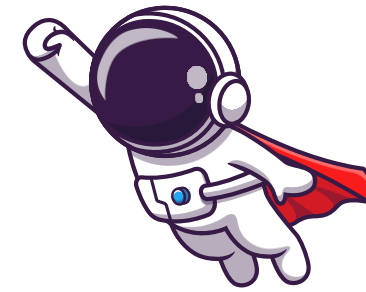
2.5 Dossier financier

Détermination du CA, évaluation des différends, synthèse et analyse des principaux résultats... Détailler le calcul de votre CA, déterminer combien vous obtiendrez en donations et participation gouvernementale (dans le cas échéant), caractériser votre BFR, vos besoins financiers et le moyen que vous comptez mettre en place pour y pallier ou récupérer de l'argent, ratios, hypothèses de travail comment êtes-vous arrivé à ces chiffres ? Quels considérations avez-vous fait ? Dans les pires de cas, quelle évolution ?...

Voir annexes.

2.6 Montage juridique

Quel statut juridique pour mon projet et pour quelles raisons (micro-entreprise, EURL, EURL, SASU, SA, SASU, SARL, association, coopérative, fondation...) ?

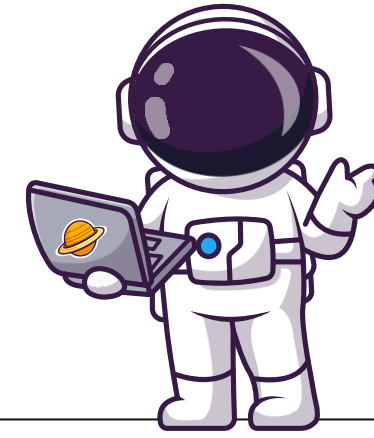


2.7 Stratégie commerciale

Quels sont les objectifs de vente ? Quelles évolutions peut-on prévoir ? Quel prix du produit/service? Quels moyens de distribution et/ou de vente directe ?

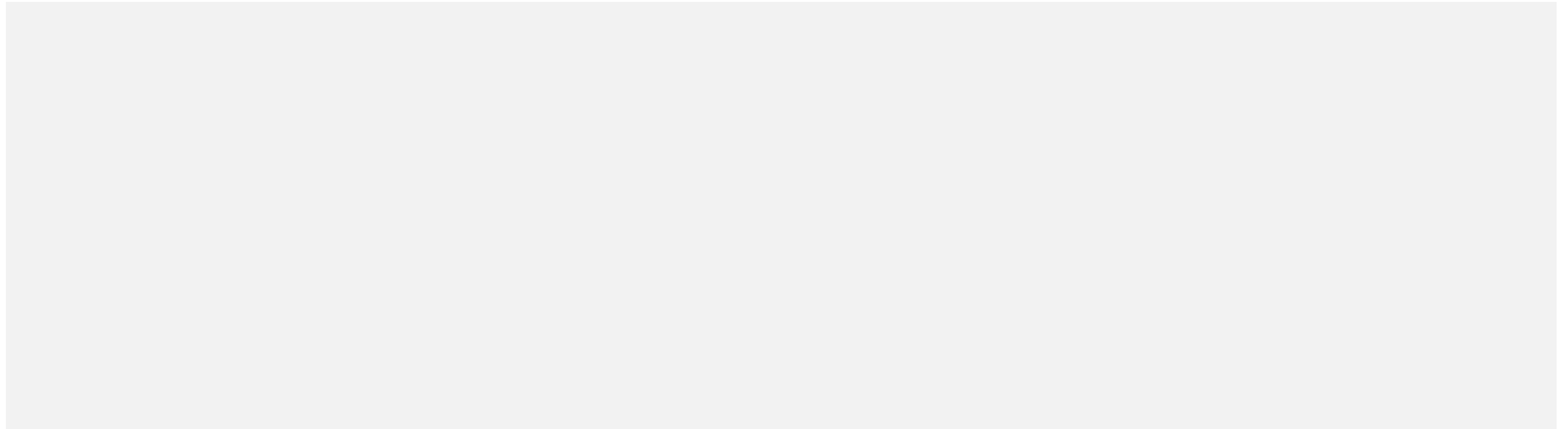
2.8 Vision à moyen et long terme

Quelles évolutions de l'entreprise / association et du projet / produit / service imaginez-vous dans 3, 5, 10 ans ?



2.9 Opportunités et menaces

- Quels éléments peuvent propulser ou détruire votre produit/service ?
 - Quels sont les éléments potentiels du futur à prendre en compte ?
 - Quelles sont les menaces par rapport à un échec possible ?
 - Quelles stratégies de contingence sont possibles ?
-



Annexe au dossier financier

1. Compte de résultat prévisionnel



PRODUITS - VENTES	Moyenne mensuelle	Projection annuelle
Chiffre d'affaires TTC		
TVA		
Chiffre d'affaires HT		
Autres produits		
TOTAL DES VENTES		
CHARGES		
Achats des marchandises / matières premières / fournisseurs		
Frais de personnel : Salaires et charges (<i>≈salaire net x 1,8</i>)*		
Loyer		
Dépenses d'énergie (<i>≈ 1500 €/100m²/an</i>)*		
Fournitures de bureau / frais de fonctionnement		
Entretien et réparations		
Frais de déplacements (<i>30 cts/kms</i>)*		
Assurances (<i>≈ 1000 à 1500 €/100m²/an pour une activité de service</i>)*		
Frais de comptabilité (<i>≈ 700 à 10 000 €/an</i>)*		
Autres frais administratifs (<i>redevances, licences...</i>)		
Services de télécommunication (<i>Internet, téléphone, forfaits des portables...</i>)		
Autres charges		
Autres charges		
Autres charges		
Autres charges		
Impôts et taxes locaux (<i>2 % du CA HT</i>)*		
TOTAL DES CHARGES		
RÉSULTAT BRUT		

* à titre indicatif

Annexe au dossier financier

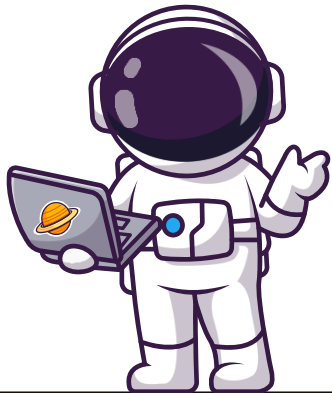
2. Montage financier



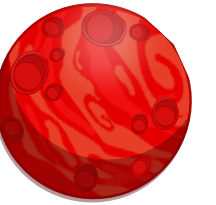
BESOINS (durables)	Montant
Immobilisations (Investissements)	
Achat Immeubles (terrains, locaux,...)	
Aménagements, travaux, installations,...	
Matériel (machines, équipement...)	
Matériel de bureau	
Véhicules	
Autres	
Besoin en fonds de roulement (BFR)	
<i>Constitution (% de l'ensemble des charges à déboursier les premiers mois sans ventes ou ventes faibles)</i>	
Remboursement d'emprunts à moyen ou long terme (hors intérêt)	
TOTAL DES BESOINS	
RESSOURCES (durables)	
Capitaux propres (Fonds propres)	
Apports en capital (associés)	
Autofinancement net (produit de l'activité à réinvestir pendant le montage)	
Aides et subventions	
Autres investisseurs privés	
Capitaux empruntés (emprunts à moyen et long terme)	
TOTAL DES RESSOURCES	

Annexe pour la préparation du pitch

Grille d'évaluation



Critères	
1. Fond	a. Le problème / besoin de marché est clairement identifié et communiqué
	b. La proposition de valeur pour les clients et les consommateurs est claire
	c. Le modèle économique (la forme de rendre pérenne l'activité) est évoqué
	d. La stratégie commerciale est abordée de façon cohérente
	e. L'analyse des opportunités et des menaces accompagne la vision du futur du projet
2. Forme	a. Le pitch (la présentation) est structuré et clair
	b. Le pitch est convaincant / l'équipe sait rassurer les auditeurs
	c. Les supports de présentation sont beaux, clairs, utiles
	d. Le dynamisme entrepreneurial et la motivation sont clairement appréciés
	e. L'équipe a su surprendre (effet « Wouah ! »)



IDéo©

De l'idée à l'opportunité



IDéo© - Document de travail

Conception originale :
Pr. Christophe Schmitt
Responsable du Peel
Professeur à l'IAE Metz et CERFIGE



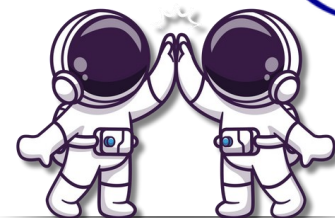
À l'initiative du



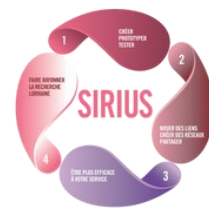
L'accompagnement pluriel



Avec le soutien opérationnel de



Initiative d'Excellence Lorraine



CAMPUS DES MÉTIERS ET DES QUALIFICATIONS D'EXCELLENCE
Digitalisation et usage de l'intelligence artificielle CaMéX-IA Grand Est

