

CONSEIL DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE
DES MUNICIPALITÉS BILINGUES DU MANITOBA

ÉTÉ EN
AFFAIRES

Été en affaires

2013



Section 1

Analyse du marché
Plan de marketing
Objectifs de formation



CDEM
www.cdem.com

Canada



RDÉE
Canada

Directives à l'attention des participants

Ce document contient trois sections permettant de nous présenter en détail votre projet d'entreprise, correspondant aux trois sections que vous aurez à fournir au CDEM au cours des deux prochains mois. Nous vous encourageons de lire les trois sections au complet avant de répondre aux questions.

Considérez ceci comme étant une série de réponses à quelques questions élémentaires et logiques pour que vous puissiez mieux définir votre projet d'entreprise. Ces réponses serviront à justifier la faisabilité de votre projet, ainsi qu'à convaincre l'organisme investisseur (le CDEM) que les recherches nécessaires ont été faites, que vous répondrez à un besoin et que votre projet est bien planifié.

Les trois sections sont elles-mêmes composées d'un certain nombre de subdivisions. Chaque subdivision comprend des questions auxquelles vous devez répondre dans les lignes prévues à cette fin. Si vous manquez d'espace, vous pouvez ajouter une feuille à la fin de chaque section. Voici l'échéancier prévu de remise des trois sections du plan d'affaires au CDEM :

Sections	Description	Dates de remise
1	Analyse du marché, plan marketing et objectifs de formation	22 mai 2013
2	Plan de développement et plan des opérations, gestion et plan de mise en œuvre	5 juin 2013
3	Plan financier	19 juin 2013

Vous pouvez toujours remettre une / les section(s) plus tôt!

Chacune des questions est importante et suit un ordre cohérent pour vous aider à produire un bon plan d'affaires à la fin de l'été. Nous vous demandons de répondre aux questions des trois sections. Assurez-vous d'écrire votre nom au bas de chaque page. Gardez une copie de chaque section avant de nous les envoyer et surtout, assurez-vous de nous faire parvenir les sections complétées à temps !

Tout au long de ce processus, nous vous invitons à nous contacter pour obtenir un appui ou des renseignements.

Bonne chance !

Simon Méthot
Agent aux projets jeunesse, CDEM
Portable : 204 891-3361
Courriel : smethot@cdem.com



SECTION 1
Date limite : mercredi 22 mai 2013

Analyse du Marché

Trucs et astuces
Dans cette section, vous devez convaincre le lecteur que vous connaissez très bien le marché pour votre produit/service. Il est essentiel que vous démontriez qu'il existe un assez grand marché pour assurer le succès de votre entreprise et finalement, que vous pouvez faire compétition avec vos concurrents. Si vous ne connaissez pas les réponses...fouillez, demandez !

Caractéristiques de l'industrie

a) Dans quelle industrie votre entreprise opérera-t-elle ? (Une industrie est un regroupement d'entreprises qui vend des produits/services semblables ou connectés. Ex : industrie automobile, industrie touristique, industrie du cinéma, etc.)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Industrie des services | <input type="checkbox"/> La construction |
| <input type="checkbox"/> L'agriculture | <input type="checkbox"/> Réparation/entretien |
| <input type="checkbox"/> Commerce de détail | <input type="checkbox"/> Fabrication |
| <input type="checkbox"/> Restauration | <input type="checkbox"/> Autre : |
| <input type="checkbox"/> Tourisme | _____ |

b) Quelle est la situation actuelle de cette industrie? (Trouvez des statistiques ou d'autres informations vous permettant de connaître le chiffre d'affaires de cette industrie chaque année, le nombre d'unités vendues, etc.)

c) Décrivez quels sont les changements identifiés au cours des dernières années dans cette industrie. Est-ce une industrie en croissance, y a-t-il de nouveaux produits qui se développent, subit-elle des changements dus aux influences sociales (nouvelles technologies, nouvelles modes, etc.) ?

d) Est-ce que vos produits/services répondent à des besoins qui ne sont pas comblés par les autres entreprises dans cette industrie ? (Expliquer SVP.)





Marché et clients cibles

a) Qui sont vos clients? (Décrivez-les. ex : personnes - âge, sexe, profession, loisirs. Font-ils partie de groupes, ex : entreprises - taille, industrie, etc., institutions; autres groupes, etc.).

b) Où sont-ils situés ? (Quelle ville ou quel village ? Emplacement dans la municipalité ?)

c) Quels sont les critères (besoins, attentes) des clients pour consommer vos produits et services ?

d) Qu'est-ce qui attirera vos clients vers votre produit ou votre service plutôt que vers ceux de vos concurrents?

Les clients potentiels

a) Dans le territoire (ou lieu) que vous avez choisi de desservir, combien y a-t-il de clients potentiels ?

b) Combien de gens sont susceptibles d'acheter réellement votre produit ou service, selon vous ? (Estimer votre part des clients potentiels qui vont choisir votre entreprise).

Les ventes estimées

a) Combien d'achats vos clients peuvent-ils faire au maximum durant la période d'exploitation de votre entreprise, c'est-à-dire pendant l'été ? (Ex : 1 par semaine pendant 2 mois).

b) Avez-vous déjà des clients? Si oui, combien en avez-vous et qui sont-ils?

c) Avez-vous considéré ajouter d'autres produits/services? Si oui, lesquels ?





La compétition

a) Décrivez vos concurrents. (Écrivez leur nom, l'emplacement de leur entreprise, les produits ou services qu'ils offrent ainsi que les forces et faiblesses de leur entreprise selon vous).

	Nom des concurrents	Emplacement (où sont-ils?)	Produits/Services offerts	Forces	Faiblesses
#1					
#2					
#3					
#4					
#5					

b) Selon vous, quels sont les avantages de votre entreprise (produits/services) par rapport à vos concurrents ? (meilleurs services ? plus grande qualité ? et pourquoi, etc.).



Plan de marketing



Trucs et astuces

Contrairement à la croyance populaire, le marketing, ce n'est pas seulement de la publicité ! En fait, le marketing regroupe quatre ingrédients de base, aussi baptisés « les quatre P » : produit, prix, place, et promotion pour démontrer comment les ventes prévues seront obtenues. Vous devez essayer de démontrer au lecteur comment vous allez contacter et retenir vos clients cibles.

Prix

a) Quel sera le(s) prix de votre produit ou votre service ? (Faites une liste au besoin).

b) Comment avez-vous établi ce(s) prix ? (Les raisons de ces prix).

c) Quel pourcentage de vos revenus voulez-vous retenir comme profit?

d) Comment vos prix se comparent-ils avec ceux de vos concurrents? (plus haut, plus bas? et pourquoi).

e) Si vous offrez des produits, estimez vos coûts de fabrication pour chaque unité de production. (matière première, machinerie, temps, etc.)

f) Si vous offrez des produits, quels seront vos coûts d'emballage par unité ? (Vous pouvez faire une liste de matériel nécessaire pour un produit et estimer le prix que cela vous coûte).



Plan de formation



Trucs et astuces

Afin d'évoluer en entreprise, de s'approprier de nouvelles méthodes de travail et de développer de nouvelles compétences, on mise sur des formations professionnelles continues pour le développement et le maintien d'habiletés.

Choisir une formation*

Avant de faire une formation, il est nécessaire de déterminer précisément le type de formation visé : gestion, bureautique, technique, commerciale, juridique, etc. Ce qu'il faut prendre en considération lors d'une formation c'est le niveau de qualification recherché, la durée du stage, la périodicité, le lieu de formation et le coût.

Trouver un organisme de formation professionnelle

Des organismes tels que les chambres de commerce et d'industrie, chambres de métiers et de l'artisanat, écoles de commerce, universités, organismes de formation professionnelle proposent de nombreuses formations de courtes, moyennes ou longues périodes.

Voici quelques exemples de formations et d'organisme qui les offre :

Centre de services aux entreprises Canada Manitoba	www.entreprisescanada.mb.ca
Fondation canadienne des Jeunes Entrepreneurs	www.fcje.ca
Manitoba Marketing Network	www.manitobamarketingnetwork.ca
Chambre de commerce francophone de Saint-Boniface	www.ccfsb.mb.ca
Volunteer Manitoba	www.volunteermanitoba.ca
Université de Saint-Boniface	www.ustboniface.mb.ca
Université de Winnipeg	www.uwinnipeg.ca

Étape 1 Compléter l'auto-analyse entrepreneuriale et le soumettre au CDEM.

Étape 2 Fixé un rendez-vous pour revoir les résultats de l'auto-analyse et discuter de formations possibles à suivre avec votre conseiller en affaire du CDEM. Noter vos 3 formations à suivre ci-dessous.

Étape 3 S'inscrire et suivre les formations choisies au cours de votre participation au programme. Soumettre une preuve de complétion a avec votre conseiller en affaire dû CDEM.

**La Formation « Business Start » est obligatoire pour chaque participant au programme Été en affaires, a moins de l'avoir déjà complété.*

