**Chapitre 4 - Trouver une bonne idée d’affaires**

Ouvrir une entreprise : comment passer de l’idée au projet ?

**Les étapes pour construire et conduire un projet entrepreneurial**

La vie entrepreneuriale est soumise à trois notions :

* L’incertitude ;
* L’innovation ;
* Le risque de s’engager.

## 1. Se poser les bonnes questions sur son projet

Si vous envisagez d'ouvrir votre entreprise, de vous lancer dans l’entrepreneuriat, il faut [vous poser les bonnes questions](https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/creation/interview-jeremy-chaloine-lancer-entreprise-start-entrepreneurs).

Comme tout projet, la création d'entreprise doit être réfléchie.

* **Quoi** : Quel est l'objet du projet ?
* **Qui**: Qui participe à ce projet ? Quelles sont les parties prenantes ?
* **Où** : A quel endroit ce projet se concrétisera ?
* **Quand** : Quel est le planning du projet ?
* **Comment** : Quels sont les moyens, matériels... à disposition ?
* **Pourquoi** : Quelles sont les raisons de ce projet ?

### Eviter les questions pièges

#### Est-ce que mon idée est bonne ?

L’idée n’est jamais ni bonne ni mauvaise, elle doit répondre à un besoin. Ce sera à vous de l’identifier.

#### Quelle est la meilleure forme juridique ?

La meilleure forme juridique est celle que vous choisirez en fonction de la taille de votre entreprise, de sa gouvernance, de vos associés. La forme juridique n’est qu’une simple enveloppe. A la fin du projet, on détermine la forme.

#### Quelles sont les aides dont je peux bénéficier ?

Les aides dépendent de votre localisation, de votre statut personnel et de la nature de votre projet.

## 2. Réaliser une étude de marché, la pierre angulaire de l’entrepreneuriat

Avec votre activité, vous vous adressez à une cible de prospects (particulier ou professionnel) qui a un problème à résoudre et vous espérez en faire des clients.

Votre cible va avoir plusieurs solutions à sa disposition pour résoudre son problème. Elle va choisir au mieux de ses intérêts.

Il faut donc que **votre solution apporte une valeur différenciante**, sur un marché existant, par rapport à d’autres. Il faut donc que vous connaissiez un tant soit peu ce marché en l’étudiant.

Traditionnellement, un marché est un lieu physique ou virtuel sur lesquels sont échangés des biens ou des services de nature diverse.  Par extension, c’est l’ensemble des consommateurs réels et / ou potentiels qui souhaitent satisfaire un besoin.

  
L'[***étude de marché***](https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/creation/mon-marche) permet de contrôler les points clés de votre projet entrepreneurial. Ainsi, elle permet de :

1. valider que votre idée peut être commercialement rentable ;
2. analyser la concurrence ;
3. réunir les éléments pour l’élaboration de votre plan de financement;
4. estimer votre futur chiffre d’affaires ;
5. réaliser votre mix marketing, c'est-à-dire vos actions commerciales.

C’est donc un travail exploratoire important pour [***analyser, mesurer et comprendre le fonctionnement des forces réelles à l’oeuvre sur votre marché***](https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/creation/comment-s-assurer-de-la-viabilite-economique-de-son-projet-d-entreprise)***.***

Vous mesurez donc bien que cette étape exploratoire nécessite d’avoir des informations pertinentes car de la justesse de ces infos dépend votre projection dans votre activité.

L’étude de marché va permettre d’établir des hypothèses de vente et de croissance qui vont **légitimer votre modèle économique**.

C’est cette différence que vous apportez une proposition de valeur qui devra se traduire dans votre Business Model.

## 3. Réaliser le business model ou modèle économique

Un [modèle économique](https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/creation/business-model-transformez-votre-idee-en-entreprise) (ou business model en anglais) décrit **comment une entreprise va gagner de l'argent** :

* Ce que l’entreprise va vendre ;
* Auprès de quels clients ;
* Dans quel but ;
* De quelle manière ;
* Pour quel bénéfice.

## 4. Extraire un plan de financement

L’analyse de votre modèle économique et de tous les chiffres de votre étude de marché va vous permettre d’établir le [**plan de financement prévisionnel ou business plan**](https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/creation/faire-son-business-model) qui est traditionnellement **une projection à 3 ans de votre activité** et qui va permettre d’entrer en dialogue avec un financeur pour lancer votre activité.

## 5. Pitcher son projet pour obtenir des financements

Porteur de projet, jeune créateur vous allez devoir expliquer votre projet à de très nombreux interlocuteurs : banquier, investisseur, salons, concours… Il est primordial d’**exprimer votre projet entrepreneurial de façon naturelle, fluide et claire**.

Le pitch constitue une formidable opportunité de confronter ce que vous concevez et ce que vous parvenez à énoncer.

Les objectifs de cette mise en forme sont de revisiter les éléments de fonds indispensables pour orienter votre attention vers ce qui compte, pour structurer votre projet et vos arguments, ajuster les bases de votre présentation et stimuler l’envie de concourir et d’aller de l’avant.

Le pitch se situe à un point de collision entre vous, votre projet et la société, un point de rencontre entre les individus.

## 6. Définir la stratégie marketing du projet

La mise au point de la stratégie marketing vous permet d’étoffer votre **projet de création d’entreprise**. Vous allez ainsi réfléchir aux moyens par lesquels vous pourrez acquérir et fidéliser votre clientèle.

Pour mettre au point la [**stratégie marketing**](https://www.legalstart.fr/fiches-pratiques/business-plan/strategie-marketing/), vous allez ajuster les 4 grandes variables suivantes (connues sous le nom de [**marketing mix**](https://www.legalstart.fr/fiches-pratiques/business-plan/mix-marketing/)) :

Les **produits ou services** : vous devez réussir à déterminer les caractéristiques permettant à votre offre de se démarquer des prestations similaires déjà existantes sur le marché.

Le **prix** : le prix de vente doit être fixé en fonction du coût de revient des prestations, de leur qualité, mais également en fonction du profil type de la clientèle que vous souhaitez toucher.

La **distribution** : le choix des canaux de commercialisation de vos prestations participe à l’élaboration de votre projet d’entreprise. À titre d’exemple, votre projet ne sera pas le même si vous décidez de distribuer vos produits via un magasin physique ou par le biais d’un e-shop.

La **communication** : c’est grâce à une communication efficace que votre projet pourra se faire connaître auprès du public. Une stratégie de communication réussie vous permettra de bâtir votre [image de marque](https://www.legalstart.fr/fiches-pratiques/astuces-entrepreneurs/image-de-marque/) et de vous positionner sur le marché.

Une fois ces paramètres ajustés, votre **projet d'entreprise** sera quasiment prêt à être lancé !

References :

1.<https://www.legalstart.fr/fiches-pratiques/accompagnement/projet-de-creation-d-entreprise/>

2. <https://www.entreprises.cci-paris-idf.fr/web/creation/entreprendre-idee-projet>