

MAE THEMATIQUE ENTREPRENEURIAT



2024

Emmanuel FREMIOT et Romain CARJUZAÀ

UNE EQUIPE D'EXPERTS AU SERVICE DE VOTRE RÉUSSITE



Romain CARJUZA

Consultant et
formateur en
Entrepreneuriat
Chargé
d'enseignement



Emmanuel FREMIOT

Maître de conférence
associé
Coordinateur pédagogique
EMBA Entrepreneuriat

ORGANISATION DE VOTRE MODULE

Apprendre l'entrepreneuriat...par l'entrepreneuriat !!!

Un TRAVAIL COLLECTIF pour devenir AUTONOME

- **Mettre en pratique un projet de création d'entreprise réel ou fictif**
- **C'est un travail en groupe, en mode projet**
- **Et être continuellement force de proposition**
- **Par conséquent, le système de notation est composé d'une note collective : soutenance orale de votre projet (100%)**
- **Chaque groupe est composé au min. de 3 personnes, 6 groupes maximum**

ORGANISATION DE VOTRE MODULE

Apprendre l'entrepreneuriat...par l'entrepreneuriat !!!

Un TRAVAIL COLLECTIF pour devenir AUTONOME

- **Votre assiduité et participation à l'ensemble des séances est obligatoire et nécessaire au groupe projet dans lequel vous êtes associé**
- **Car, la soutenance sera faite durant le dernier cours sur la base d'un pitch de 5' et de 15' de Q/R devant un jury**
- **Et que, pour chaque groupe, seules 2 personnes, choisies de manière aléatoire, présenteront l'oral. L'équipe entière sera présente uniquement pour les Q/R**

THÈMES ABORDÉS

Thème
Introduction / méthodologie – constitution des groupes
Challenge des projets
Stratégie commerciale / étude de marché / IA
Posture entrepreneuriale
Techniques des comparables / concurrence
Challenge projet par la méthode BMC
Finances / stratégie financière de développement
Susciter l'intérêt / pitch elevator
Pré-soutenance
Soutenance orale

POINTS IMPORTANTS

- Pas de cours théorique au sens strict...des précisions, des rappels seront évoqués au fil de l'eau et selon vos besoins, vos questionnements...Des ressources vous seront également apportées sur l'EPI
- Les thèmes sont entremêlés, ne pas se « focaliser » sur le séquençage présenté...La création n'est pas un processus linéaire mais à « boucles rétroactives », jonchée d'interrogations et de découvertes.
- 7,5 moments de travail entre vous...Urgence ! donc privilégiez ces moments
- Surtout, réaliser un projet que vous soyez capable à mettre en pratique...pas besoin d'idée révolutionnaire !
- Enfin, à la fin de la 2^{ème} séance, l'idée du projet et les équipes seront figés

MÉTHODOLOGIE DE LA CRÉATION D'ENTREPRISE

- Adéquation homme(s)/ projet
- Faisabilité commerciale
- Rentabilité financière

ADEQUATION HOMME /PROJET

Au sein de votre équipe :

QUALITES

COMPETENCES

MOTIVATIONS

VALEURS

Qui fait quoi ?

Par la méthode SVP

- **Savez-vous faire ?**
- **Voulez-vous faire ?**
- **Pouvez-vous faire ?**

FAISABLITE COMMERCIALE

► 1ère PHASE : ETUDES STATISTIQUES

- Secteur activité, évolution du Marché,

► 2ème PHASE : ETUDE TERRAIN

- Définition de la Cible, enquêtes qualitatives et quantitatives

► 3ème PHASE : ETUDE CONCURRENCE

- Points forts, points faibles, opportunités, menaces

Note : EPI, IA

RENTABILITE FINANCIERE

- **BILAN DE DEPART**
 - **COMPTE DE RESULTAT PREVISIONNEL**
 - **TABLEAU DE TRESORERIE**
 - **FINANCEMENTS IDENTIFIES**
-
- **OBJECTIF: PERTINENCE ET COHERENCE DES CHIFFRES AU REGARD DE VOS HYPOTHÈSES**

- **Une entreprise ne vit que parce qu'elle a des clients !!!**



« Mon produit/service est tellement génial qu'il va se vendre tout seul »



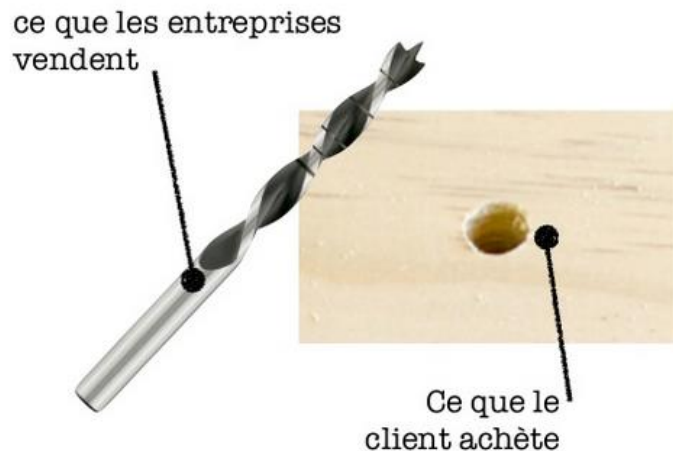
FAUX

« Culturellement, on a toujours privilégié l'idée pour l'idée. 70% de l'effort est consacré à la trouver et on bâcle les 30% restants pour l'exécuter. »

Tho VAN TRAN – CEO et Directeur de création de l'agence AIR Paris.

« Mon client va comprendre tout de suite ce qu'il achète! »

FAUX

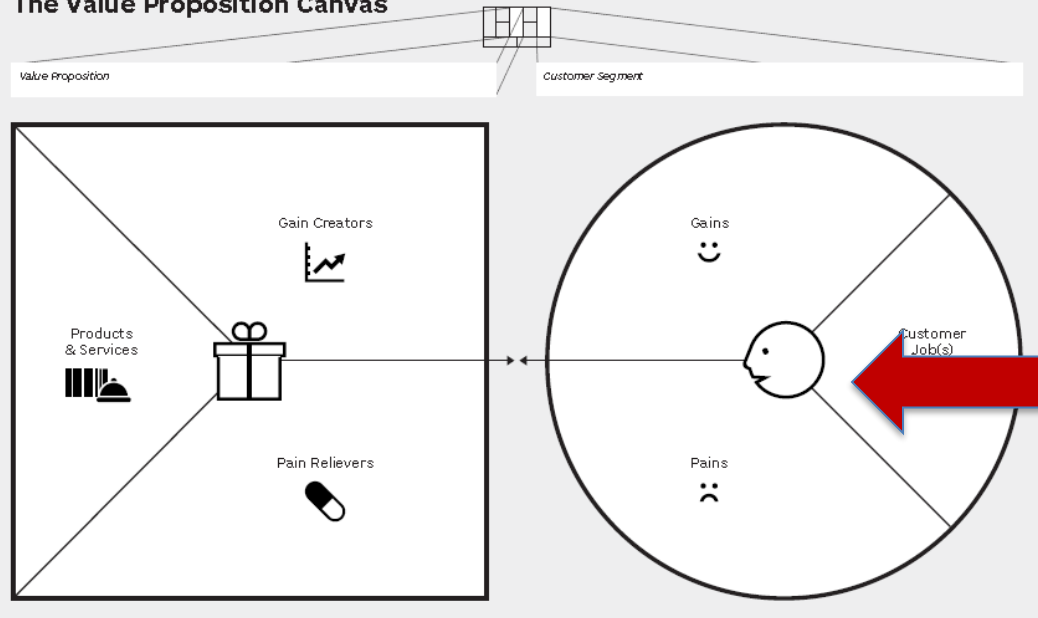


Le client achète une valeur ajoutée, une réponse à un besoin, la solution à un problème : services, design, expérience, expertise, packaging, bénéfices, facilité d'usage, image, communauté, valeurs, ...

« C'est tellement innovant que les clients vont forcément adhérer. »

FAUX

The Value Proposition Canvas



Pensez client et validez vos intuitions en leur posant la question !

CRÉER UNE ENTREPRISE C'EST PENSER AUTREMENT

- Comprendre les besoins et les attentes des clients et se poser les bonnes questions
- Identifier les points de différenciation et avantages concurrentiels de votre offre
- Identifier les leviers de rentabilité
- Valider son modèle économique

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Iteration

Partenaires clés



Activités clés



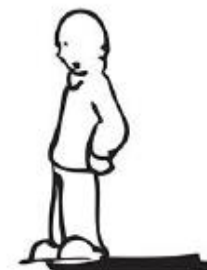
Propositions de valeur



Relations avec les clients



Segments de clientèle



Ressources clés



Canaux



Structure des coûts



Flux de revenus



The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On:
Iteration:



A QUI ?

- ☐ Qui sont mes clients ?
- ☐ Y-a-t-il différents segments de clients ?
- ☐ Mes clients (ceux qui paient) sont-ils les utilisateurs de mes produits ?
- ☐ Quelles sont leurs caractéristiques : entreprises ou particuliers, CSP, âge, ...

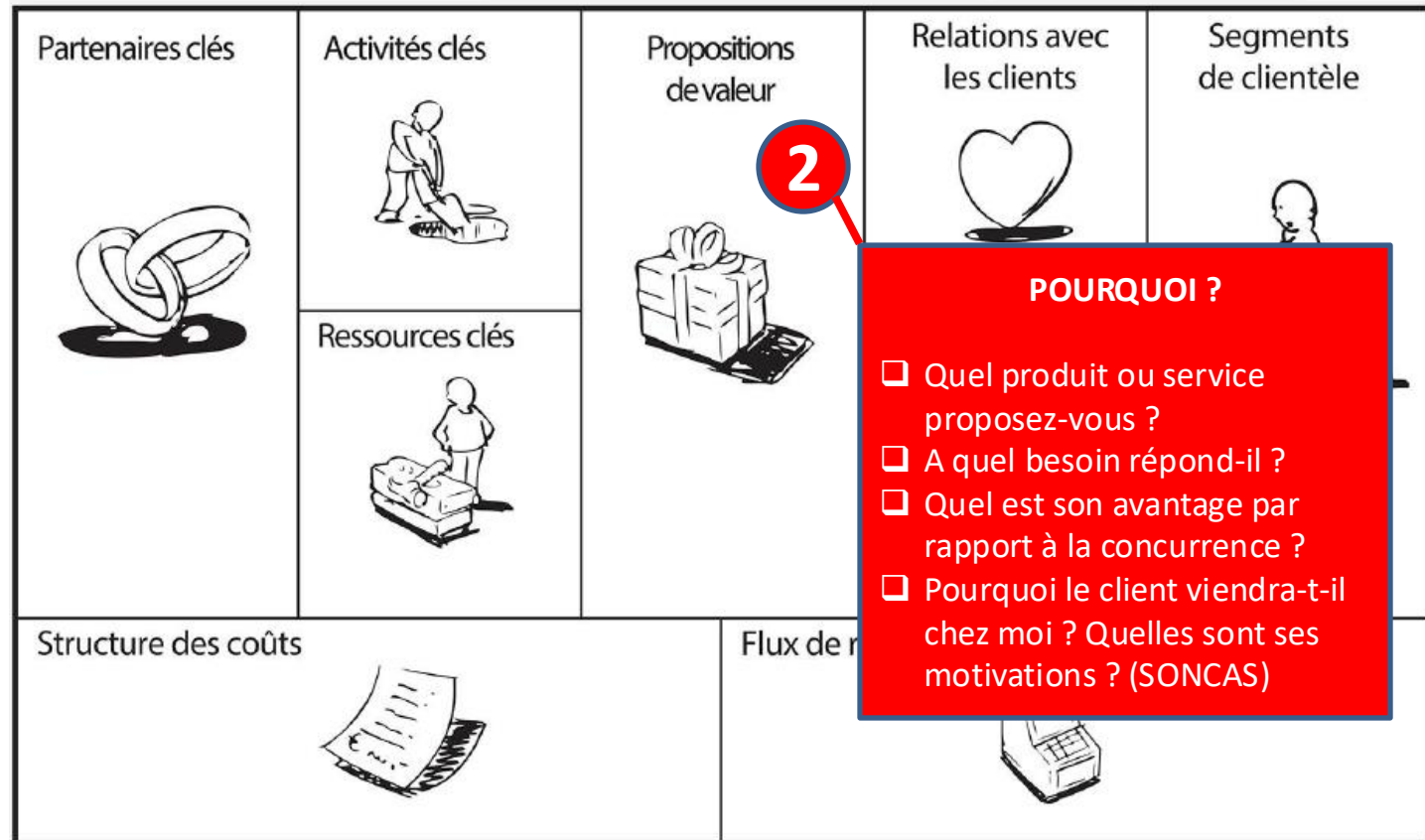
Si vous avez plusieurs cibles, faire un BMC par cible.

The Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On:
Iteration:



2

POURQUOI ?

- ☐ Quel produit ou service proposez-vous ?
- ☐ A quel besoin répond-il ?
- ☐ Quel est son avantage par rapport à la concurrence ?
- ☐ Pourquoi le client viendra-t-il chez moi ? Quelles sont ses motivations ? (SONCAS)

POUR CONCLURE

- **UN(E) ENTREPRENEUR(SE) SAIT FAIRE BOUGER EN PERMANENCE SON CURSEUR ENTRE....AVOIR LES PIEDS SUR TERRE ET LA TETE DANS LES ETOILES !!**



MERCI POUR VOTRE ATTENTION

« Les grandes choses en affaires ne sont jamais faites par une seule personne. Elles sont faites par une équipe de personnes. »

Steve Jobs