



PROJET D'ENTREPRENEUSHIP

Première anné BTS MHR



Le constat

- fort taux de défaillance des entreprises dans le secteur
- nombre important d'entreprises du secteur qui vont être transmises

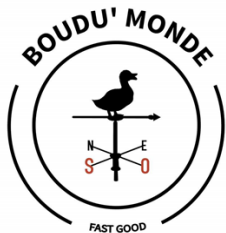
Les objectifs

Développer l'esprit d'entreprendre

Conduire un projet professionnel avec méthode

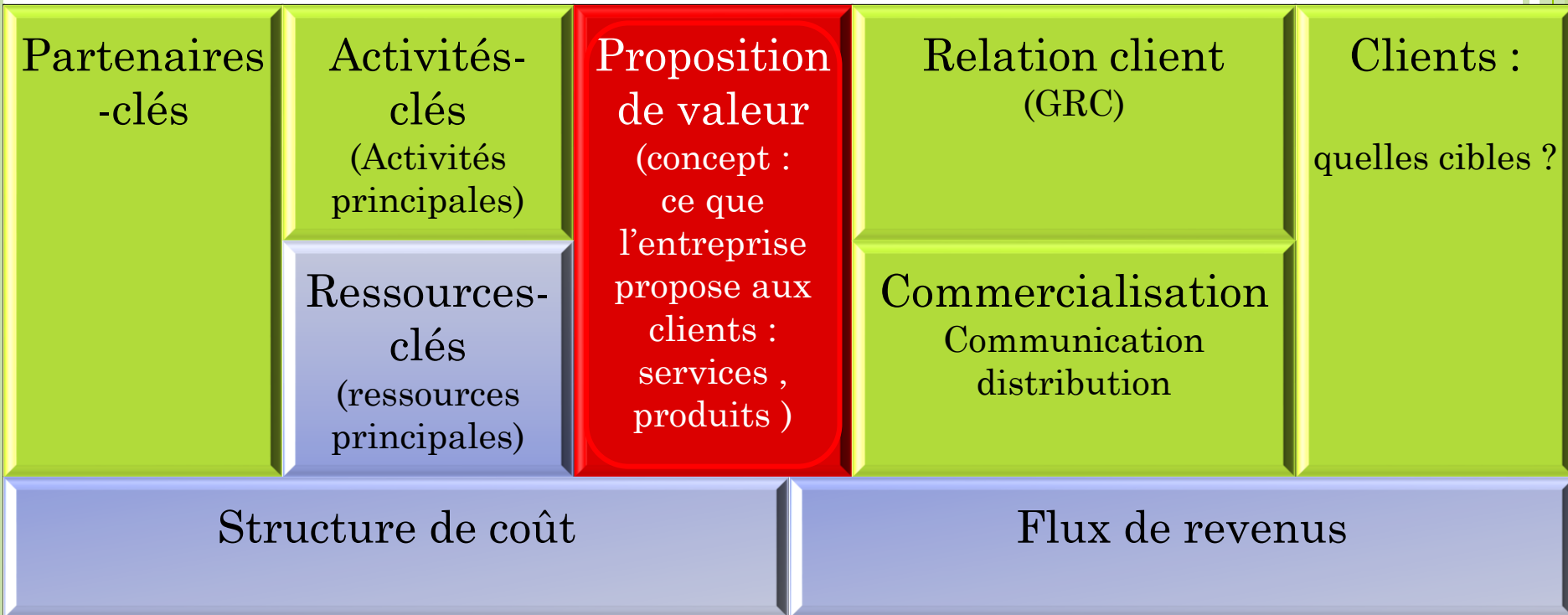
Mettre en œuvre l'ensemble des connaissances acquises en BTS

Savoir observer des situations concrètes et s'y adapter



Le business model

Le **business model** décrit la manière dont l'entreprise crée de la valeur et assure ainsi sa survie : possibilité d'utiliser le **model CANVAS = outil de brainstorming = grandes lignes du projet = trame**



MEHMS

EPEH



The Business Model Canvas

Designed for:



Designed by:

Date: _____
Version: _____



De quoi se compose un business plan ?

Un business plan comporte normalement /

- **une synthèse : l'executive summary,**
- **une étude économique**
- **une étude financière du projet.**

L'executive summary synthétise le **business plan**, il présente les points fondamentaux et les chiffres clés de votre projet en deux , trois pages.

En le lisant, le lecteur doit comprendre en quoi consiste le projet et quel est le modèle économique. On y retrouve des informations sur le marché et la clientèle visée, l'offre, le positionnement, les avantages concurrentiels, l'équipe, les besoins, les objectifs et la rentabilité.

L'étude économique du projet : partie MEHMS

Cette partie est très importante, elle a pour but de **présenter le montage complet du projet et de justifier sa cohérence** : étude du marché, stratégie marketing, stratégie commerciale...

L'étude financière: partie EPEH

bilan à l'ouverture, compte de résultat prévisionnel sur 3 ans, plan de financement et budget de trésorerie



Plan conseillé :

1 /Executive summury

2/ L'étude économique du projet

Les porteurs de projet

Les entrepreneurs carrière, expérience, compétences, motivations...

Dans l'executive summery

I/L'étude du marché

Permet de valider la faisabilité du projet

Etude de :
- de la concurrence

- de la demande : besoins (étude documentaire et quantitative)

- de l'environnement : faire uniquement la zone géographique (zone de chalandise)

II/Les choix stratégiques

Cibles

Positionnement = dans l'executive summery

Stratégies (à ne pas faire)

Le mix marketing

III/Offre de l'entreprise :

-Produit :

Nom et logo (dans l'executive sumury),

détail de l'offre (servuction), labels...

-Prix : méthode(s) de fixation de prix choisie(s)

IV/Commercialisation

-Circuit de distribution , Mode de distribution,

Emplacement (dans l'excecutive summery),

Force de vente

- Communication : objectifs et outils

Dossier 1

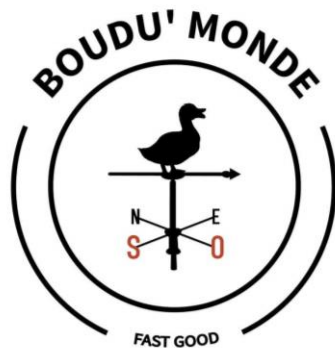
Dossier 1 : à rendre avant les vacances de Noel

1 /Executive summury : uniquement la présentation de l'équipe et le logo

Très important :

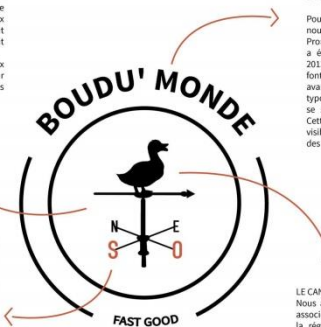
pour le logo , vous devez aussi donner deux fichiers au format IMAGE obligatoirement (JPEG ou PNG)

- Un fichier avec le logo / nom du fichier : GROUPE + LOGO
- Un fichier avec l'explication / nom du fichier : GROUPE + LOGO



LA GIROUETTE:
La girouette évoque le voyage car elle indique les différents points cardinaux et l'orientation du vent. De plus le vent devient la métaphore des épices qui ont voyagé jusque dans notre région. Nous avons également fait le choix d'inverser la place du «s» et du «o» sur la girouette afin de rendre plus lisible les initiales de Sud-Ouest.

LA GAMME COLORÉE:
Nous avons fait le choix d'utiliser qu'une seule couleur: le rouge brique et de l'accompagner de noir et de blanc. Ce choix nous permet de mettre un élément en avant: le Sud-Ouest tout en gardant une certaine sobriété dans l'apport du blanc et du noir. De plus, le noir et le blanc évoque l'univers du luxe et ainsi permet de donner cette dimension à la restauration rapide. Enfin le choix de cette bichromie noir et blanc, offre de nombreux avantages quant à la déclinaison du logo sur différents supports marketing.



LA TYPOGRAPHIE:

Pour la typographie de notre logo, nous avons choisi le «Source Sans Pro». Cette typographie open source a été publiée par Adobe en août 2012. Le choix est porté sur cette font car elle offre de nombreux avantages. Tout d'abord cette typographie est très lisible, que se soit à l'écran comme à l'imprimé. Cette grande lisibilité permet d'être visible de loin et ainsi de se démarquer des commerces environnants.

LE CANARD:

Nous avons choisi le canard car il est associé dans l'inconscient collectif à la région Sud-Ouest. Il connote plus précisément, la nourriture du Sud-Ouest et ses différents produits. Afin de faire le lien avec les différentes épices du monde, nous l'avons placé en haut du girouette pour sa connotation de voyage.

Dossiers à rendre :

I/ Analyse

Analyse externe : L'étude du marché

Etude de :

- la concurrence :

Sous forme de tableau (ne pas distinguer concurrence directe et indirecte)

Faire des recherches (étude documentaire) notamment sur internet

- la demande :

Faire des recherches sur les besoins, les nouvelles attentes (étude documentaire) notamment sur internet (penser à mettre les sources à la fin du dossier)

Faire un questionnaire pour voir si les consommateurs adhèrent à votre concept (étude quantitative)

- l'environnement :

faire uniquement la zone géographique
(zone de chalandise)

Analyse interne : Forces et faiblesses (quelques lignes)

Synthèse de l'analyse : Matrice SWOT



Dossiers à rendre :

II/Les choix stratégiques

Cibles :

avec cœur de cible et cibles secondaires

Cible le midi et cible le soir

Positionnement = à ne pas mettre dans cette partie car on le retrouvera dans votre executive summery

Stratégies (à ne pas faire)



Dossiers à rendre :

Dossier 2

Dossier 2 : à rendre avant les vacances de février

Il comprend le dossier 1 + Le mix marketing

III/Offre de l'entreprise :

-Produit :

Nom et logo (dans l'executive sumury),

détail de votre offre (servuction), labels...

-Prix : méthode(s) de fixation de prix choisie(s) : coefficients multiplicateur ou coûts cibles

IV/Commercialisation

- Distribution: Circuit de distribution , Mode de distribution, **Emplacement (dans l'excecutive summury)**, Force de vente

- Communication : objectifs visés et outils utilisés





Google Drive

Outil de travail collaboratif



zoom

Outil pour faire des visios



Etude de la zone de chalandise
<https://www.oalley.fr/>



Documents à télécharger (canvas, business model, plan financier)



PowerPoint



Google Slides



Outils de diaporama : pour la soutenance



Grille d'évaluation Dossier 1 :

Noms des étudiants

Note / 50

Appréciation

Forme

/9

Présentation générale, page de garde : 1

Titre / sources, Couleurs : 1

n° de pages : 1

Sommaire : 1

Aspect professionnel : 2

Taille, police, lisibilité, noms : 1

Orthographe : 2

Présentation du projet :

/4

Présentation du groupe, du projet

Son évolution, pourquoi ce choix...

Fichier Logo et explications au bon format

Etude de la concurrence

/8

Présentation générale : 2

Etude réalisée :

Nombre de concurrents : 2

Éléments relevés : 2

Originalité - pertinence : 1

Mise en avant des éléments importants : 1



Grille d'évaluation Dossier 1 :

Etude de la demande

Etude documentaire

/8

Variété des supports : 2

Sources : 2

Pertinence des éléments relevés : 2

Qualité des éléments présentés : 2

Etude quantitative

/5

Qualité du questionnaire : 2

Analyse réalisée :

Pertinence (notamment liée à la représentativité) : 2

Variété dans la présentation,

Mise en avant des éléments essentiels : 1

Etude de l'environnement

/4

Zone de chalandise :

Analyse interne

/4

Forces et faiblesses

Outil de synthèse :

/4

Forme

Matrice SWOT

CHOIX STRATEGIQUES

/4

Cible(s) :

