

Créer son entreprise : la check-list pour réussir

Nous vous proposons un mémento pour voir, en un coup d'œil, l'ensemble des étapes de la Création d'entreprise et la durée approximative pour chaque étape.

Evidemment, tout dépend du projet. Votre conseiller saura ajuster, avec vous, ce calendrier.

Etapes	C'est quoi ?	Pourquoi ?	Actions à mener	Avec quels outils ?	Durée approximative
Vous / Votre équipe	Les arguments qui prouvent que vous êtes la « bonne personne » / « bonne équipe » pour porter votre projet de création d'entreprise	Le projet repose essentiellement sur vous et votre équipe	Avez-vous identifié qui vous connaissez (relations professionnelles, amis, famille...) et ce que vous connaissez / savez faire qui pourraient vous aider dans votre projet ? Êtes-vous sûr que votre idée de création est cohérente avec votre personnalité, vos envies, vos objectifs, vos ambitions, vos contraintes personnelles, vos ressources, vos compétences ?		Dépend de vous
Le couple « Produit – marché »	La vérification rapide que votre offre répond à un besoin ou résout un problème	Pour vous assurer, rapidement, qu'il y a un intérêt pour votre idée qu'il s'agisse d'une innovation de rupture ou pas. Pour trouver d'autres idées de produits / services qui répondent aux problèmes de votre cible.	Avez-vous formalisé votre idée de façon à pouvoir l'exposer à des tiers et avoir leurs retours ? Avez-vous testé votre idée auprès d'autres créateurs, de connaissances, de clients potentiels... ? Avez-vous fait un prototype pour le tester auprès de votre cible ? Avez-vous exploité leurs retours ? Êtes-vous sûr(e) que votre idée répond à un besoin ou permet de résoudre un problème à un groupe de personnes / entreprises ?	Lean canvas / "MVP" (Produit minimum viable") Value proposition canvas	Dépend de vous Quelques jours à un mois environ en fonction du projet
Le contexte, les tendances	L'étude du marché global sur lequel se positionnera votre future activité (les acteurs, les tendances, ...)	Pour détecter les tendances du secteur, les évolutions des comportements d'achat, les besoins des consommateurs, Pour connaître les contraintes réglementaires, les acteurs du marché et les évolutions des acteurs du marché.	Avez-vous fait le point sur les tendances sociétales (« made in local », « collaboratif », « Développement durable »...) ? Sur les tendances marketing (« personnalisation », « Do it yourself », « Drive »...) ? Sur les dernières innovations technologiques qui pourraient vous être utiles (impression 3D, réalité augmentée, objet connecté...) ?	Etudes du secteur concerné et prospective	Quelques jours

Etapes	C'est quoi ?	Pourquoi ?	Actions à mener	Avec quels outils ?	Durée approximative
Mission – Vision - Stratégie	Décrire la vision que vous avez pour l'avenir de votre entreprise et les objectifs fondamentaux à long terme de l'entreprise pour mettre en place les actions et allouer les ressources nécessaires pour atteindre lesdites finalités	Pour organiser l'entreprise de la façon la plus adaptée au développement souhaité	Avez-vous défini votre vision de l'entreprise ? Avez-vous partagé cette vision avec vos associés, vos partenaires ? A-t-elle été co-construite avec eux ? Tout le monde est-il d'accord avec cela ?		Dépend de vous
			Avez-vous défini les objectifs à long terme de l'entreprise ?		
			Ces éléments tiennent-ils compte de vous (vos valeurs, ambitions...) et du contexte ?		
De l'idée à un business model innovant	Le business model est la description générale de votre projet qui explique comment l'entreprise va créer, délivrer et capturer de la valeur	Pour vérifier la cohérence de votre projet et, éventuellement, trouver des innovations.	Avez-vous trouvé à quels besoins répond votre idée, le profil des clients qui achèteront vos produits / services, la façon dont vous envisagez de les vendre, avec quels partenaires et ressources vous allez vous fabriquer et vendre ? Avez-vous challengé votre business model auprès des tiers pour le faire « pivoter », pour le rendre innovant afin de vous démarquer de vos concurrents ou de rendre un meilleur service que prévu initialement pour attirer plus de clients ?	Business model canvas	Quelques jours à un mois environ en fonction du projet
Activités réglementées	Certaines activités demandent un diplôme particulier, une assurance particulière...	Pour répondre aux éventuelles exigences sans retarder le projet ou faire évoluer le projet pour le rendre cohérent avec ces exigences	Avez-vous vérifié s'il n'y avait pas d'obligations spécifiques pour créer l'activité que vous allez exercer ?		Quelques minutes
			Si tel est le cas, avez-vous mis en place les actions nécessaires pour disposer de toutes les autorisations requises au lancement de votre projet		Dépend des obligations

Etapes	C'est quoi ?	Pourquoi ?	Actions à mener	Avec quels outils ?	Durée approximative
L'étude de marché	Le regroupement de votre cible en groupes homogènes de clients	Pour valider vos hypothèses sur le profil du client. La segmentation client permet d'affiner la cible client et de se rapprocher de l'humain pour une meilleure connaissance et compréhension de ses besoins et comportements.	Avez-vous segmenté votre cible ?	Empathy map ou carte d'empathie Customer journey	15 jours à un mois environ en fonction du projet
	La connaissance de qui est l'utilisateur, l'acheteur, le prescripteur		Avez-vous identifié si vous avez des prescripteurs, des acheteurs et des consommateurs ?		
	L'étude de vos clients, leurs comportements, leurs motivations, freins, mobiles, critères d'achat		Connaissez-vous les modalités et comportement d'achat de votre cible pour votre produit / service ?		
		Savez-vous ce qui ferait que votre cible achèterait votre produit / service (leurs critères d'achats) ?			
	L'analyse du prix psychologique, le prix que le client est prêt à payer pour l'offre	Pour définir votre méthode de vente de votre produit / service. Pour adapter vos méthodes de communication et de vente. Au final, pour vendre de façon efficace.	Avez-vous interrogé votre cible sur le prix qu'elle ait prête à payer pour votre produit / prestation ?	Enquêtes (quantitatives, qualitatives...)	
	L'estimation de la taille de votre cible	Pour avoir un prix de vente cohérent avec les attentes de votre cible	Avez-vous trouvé des informations sur vos futurs clients (votre cible) ? Avez-vous pu les qualifier et les quantifier ?		
	L'analyse de vos concurrents	Pour avoir une 1ère évaluation du potentiel de votre activité en ayant une estimation de votre chiffre d'affaires prévisionnel (nombre de clients potentiels X prix psychologique) ;	Savez-vous qui sont vos concurrents ? Ce qu'ils proposent ? Comment ? A quel prix ?	Enquête	
	L'étude de la meilleure façon de vous démarquer de vos concurrents et donc votre positionnement	Pour connaître vos concurrents. Pour affiner l'évaluation de votre marché potentiel et donc votre chiffre d'affaires prévisionnel. Pour cartographier le business model des concurrents afin de mieux comprendre leurs forces et leurs faiblesses et ainsi vous positionner par-rapport à eux et vous différencier	Avez-vous trouvé une différenciation par-rapport à vos concurrents ? Finalement, avez-vous défini votre positionnement ?	Canvas stratégique (Océan bleu)	

Etapes	C'est quoi ?	Pourquoi ?	Actions à mener	Avec quels outils ?	Durée approximative
La fabrication et les ressources nécessaires	L'identification des modes de fabrication de votre produit / service	Ecrire son processus de fabrication (même d'un service) permet de le regarder sous plusieurs angles et d'identifier le plus efficace. La fabrication entraîne des coûts. Poser votre process de fabrication noir sur blanc peut vous aider à trouver les solutions les plus efficaces	Avez-vous défini votre process de fabrication (aussi simple soit-il) ?		Moins d'un mois
	L'identification des ressources nécessaires pour fabriquer		Avez-vous identifié vos besoins pour fabriquer, vendre, vous faire connaître... en fonction des objectifs de vente et en cohérence avec vos objectifs stratégiques.		
			Avez-vous déterminé les solutions pour répondre à ces besoins et le coût de ces solutions ?		
Le marketing-mix	La définition de vos objectifs de vente	Pour définir une politique de communication cohérente	Avez-vous pu vous fixer des objectifs de vente à 3 ans ?	Retours de l'étude de marché	15 jours à un mois environ en fonction du projet
	La définition de votre politique de communication	Pour toucher votre cible efficacement et évaluer les coûts engendrés par vos actions de communication	Savez-vous quelle stratégie de communication vous allez mettre en place, avec quel phasage, quels moyens, en cohérence avec vos objectifs stratégiques ?		
	La définition de votre politique de distribution	Pour mettre votre produit / service à la disposition de votre cible de façon efficace et évaluer les coûts	Savez-vous quelle stratégie de distribution / de prospection vous allez mener et comment vous allez faire ?		
	La définition de votre politique de fidélisation		Si votre activité le justifie, avez-vous défini une stratégie de fidélisation de vos clients ?		
L'étude juridique	Les critères pour bien choisir la forme juridique de son entreprise	Pour choisir un cadre juridique, fiscal et social adapté au projet	Avez-vous défini les éléments importants dans le choix de votre structure juridique (clientèle, investissements, partenaires, objectifs du projet, phasage du projet) ?		Quelques jours
	Les critères pour bien choisir son statut social		Savez-vous quels sont vos besoins en termes de protection personnelle (biens du dirigeant, santé, prévoyance, juridique, chômage, retraite)		
	Les critères pour bien choisir le régime fiscal de son entreprise		Avez-vous identifié le régime fiscal le plus approprié à votre situation ?		
			Et donc, avez-vous défini la forme juridique la plus appropriée à votre situation ?		

Etapes	C'est quoi ?	Pourquoi ?	Actions à mener	Avec quels outils ?	Durée approximative
La validation financière	La fixation du prix de vente		Avez-vous mis en chiffres tous les éléments collectés pendant les phases d'étude pour les 3 premières années de l'entreprise (vente, achats)		Quelques jours
	L'analyse de votre rentabilité	Pour vous assurer que votre entreprise va gagner de l'argent	Savez-vous quand l'entreprise va gagner de l'argent ?	Seuil de rentabilité	
			Si l'entreprise ne gagne pas d'argent ou pas assez ou pas assez vite, avez-vous ajusté votre produit / service et votre cible ou la démarche commerciale ou la méthode de fabrication du produit / service ?		
Le plan de financement et la stratégie de financement	L'analyse des modalités de financement du lancement de l'entreprise les plus adaptées aux besoins	Pour définir les ressources financières les plus adaptées à vos besoins	Connaissez-vous votre seuil de rentabilité ?	Plan de financement	Quelques jours
			Avez-vous défini le temps nécessaire à l'obtention de vos premiers clients ?	Calcul du BFR	
			Avez-vous évalué les décalages entre les sorties et les entrées d'argent ?		
			Finalement, avez-vous défini votre BFR (Besoin en fonds de roulement) ?		
			Savez-vous quelles sont les ressources financières dont vous pouvez disposer facilement par vous-même ?		
			Avez-vous calculé l'ensemble des besoins de votre activité ?		
			Avez-vous identifié ce qu'il vous manque et comment vous pouvez le combler ?		
Le prévisionnel financier	L'ensemble des états financiers prévisionnels de l'entreprise	Pour savoir où vous aller et, si besoin, obtenir un financement	Savez-vous quand vous devriez faire des bénéfices ?	Compte de résultat prévisionnel	Quelques heures
			Avez-vous identifié les principaux ratios d'activité	SIG	
			Avez-vous identifié les éventuelles difficultés de trésorerie ?	Plan de trésorerie	
Le business plan	Le document de présentation de votre projet	Pour communiquer sur votre projet et faire adhérer vos partenaires à votre projet	Avez-vous rédigé un business plan ?		Quelques jours
			L'avez-vous fait relire à plusieurs personnes ? La lecture leur a-t-elle donné envie d'investir leurs économies dans votre entreprise ?		

Etapes	C'est quoi ?	Pourquoi ?	Actions à mener	Avec quels outils ?	Durée approximative
La recherche de financement	La recherche des financeurs	Pour un financement adapté aux besoins et à la stratégie de développement de l'entreprise	Savez-vous quels sont les financeurs les plus adaptés à chacun des besoins auxquels vous ne pouvez pas subvenir vous-même ?		Tout dépend des typologies de financements recherchés
	La préparation du pitch		Vous êtes-vous préparé à défendre votre projet devant les financeurs (pitch) ?		
	La prise de contact		Identifiez les interlocuteurs les plus pertinents et contactez-les		
Les formalités	Immatriculer l'entreprise	Pour donner vie à votre entreprise	Avez-vous tout préparé pour réaliser les formalités nécessaires à la création de votre entreprise	CFE	Quelques heures
Le plan d'actions	Un résumé de tout ce que vous avez à faire une fois que vous serez lancé !	Pour ne rien oublier une fois l'entreprise créée			