

## VOTRE IDÉE D'AFFAIRES EST-ELLE FAISABLE?

Il est souvent difficile de comprendre comment rechercher votre idée d'entreprise, surtout si vous n'avez jamais été en affaires pour vous-même. Vous devrez décider si votre idée d'entreprise a un potentiel de profit.

Utilisez les vingt étapes suivantes comme guide pour vous aider à déterminer si votre idée d'entreprise est viable. Il se peut que vous ne puissiez pas répondre à certaines questions ou auxquelles vous ne pourrez pas répondre complètement. Ceci est une indication des domaines de votre entreprise proposée que vous ne connaissez pas suffisamment et un excellent point de départ pour votre étude de marché.

## LES ÉTAPES

### 1 CRÉER UN PROFIL DE CLIENT

Vos clients peuvent être des consommateurs ou des magasins de détail, des grossistes ou des fabricants, des gouvernements ou d'autres institutions. Énumérez autant de points que possible sur les personnes qui, selon vous, achèteront votre produit. Si vous vendez à un marché de consommation, indiquez leur âge, leur sexe, leur état matrimonial et leurs revenus et essayez de décrire leur mode de vie.

Si vous prévoyez de vendre à une autre entreprise ou organisation, évaluez dans quels secteurs ils appartiennent, quel type d'entreprise ils sont, depuis combien de temps ils sont en affaires, combien d'employés ils ont, les ventes annuelles, quel département serait intéressé par votre offer, et qui sont leurs clients.

---

---

---

### 2 LISTE ET DÉCRIEZ LES CARACTÉRISTIQUES ET LES AVANTAGES DE VOS PRODUITS ET SERVICES

Indiquez comment ces fonctionnalités profiteront à votre client. Définissez les fonctionnalités de votre idée et déterminez ce que ces fonctionnalités font pour votre client. Vous créez une liste des arguments de vente que vous pourrez utiliser dans votre publicité, vos brochures et dans votre présentation commerciale. Cela vous aidera à déterminer pourquoi votre client pourrait acheter votre produit ou service plutôt que celui de votre concurrent.

---

---

---

### 3 DÉFINISSEZ VOTRE ZONE GÉOGRAPHIQUE

Vendez-vous dans votre quartier? Colombie-britannique? Globalement? En définissant où vous allez vendre, vous serez probablement en mesure de déterminer combien de clients potentiels se trouvent dans cette zone. Si vous vendez dans une grande zone géographique, vous aurez probablement besoin de beaucoup d'argent, de commercialisation et de ressources. La définition de ce domaine vous permet de déterminer beaucoup plus facilement quels seront vos besoins. Cela vous aidera à concentrer votre zone de concentration lors de la conduite du marché research.

---

---

---

---

---

## 4 QUI SONT VOS CONCURRENTS?

Une fois que vous avez déterminé qui et où se trouvent vos clients, vous devez déterminer avec qui vous devez les partager. Vérifiez si des produits similaires sont vendus dans les points de vente. Une fois identifié, recherchez des informations sur les concurrents dans les répertoires de l'industrie, que ce soit dans des bases de données imprimées ou en ligne.

---

---

---

---

---

## 5 QUEL PRIX FACTURENT-ILS?

Déterminez ce que vos concurrents facturent et énumèrent les points de vente de leur produit ou service. Essayez de trouver les prix de gros et de détail de votre secteur.

---

---

---

---

---

## 6 QUEL PRIX POUVEZ-VOUS FACTURER?

Déterminer à quel point vous pouvez être compétitif est un grand pas en avant vers la faisabilité de votre idée. Si votre produit est supérieur à vos concurrents et que votre marché n'est pas très sensible aux prix, vous pourrez peut-être facturer beaucoup plus que vos concurrents. Si vous vendez à des détaillants ou à des grossistes, vous devrez laisser suffisamment de place aux autres pour majorer le prix de vos produits.

---

---

---

---

---

## 7 DÉFINISSEZ VOS POINTS DE VENTE UNIQUES

Qu'y a-t-il d'unique dans votre offre qui profiterait à votre client? Il peut y avoir quelque chose à propos de votre produit, de votre prix, de la convivialité et de la rapidité de votre service, de vos heures d'ouverture, de votre niveau de qualité, des compétences de vos employés ou d'autres aspects de votre entreprise.

---

---

---

---

---

## 8 IDENTIFIER LES TENDANCES DE VOTRE MARCHÉ OU DE VOTRE INDUSTRIE

Connaître les tendances de votre marché ou de votre industrie vous aidera à déterminer où cela va et comment votre entreprise peut en tirer parti. Consultez les magazines commerciaux et industriels / spécialisés pour des articles récents. Certaines bibliothèques ont un index des périodiques commerciaux pour vous aider à trouver ces articles.

---

---

---

---

---

---

---

**9 ANALYSEZ VOTRE POTENTIEL DE CROISSANCE**

Votre industrie ou votre marché est-il en croissance ou en déclin? Les tendances ou les nouvelles modes atteignent-elles un sommet ou une baisse? En règle générale, vous aurez plus de succès dans le cadre d'un marché en croissance. Consultez les magazines commerciaux et industriels / spécialisés pour des articles récents.

---

---

---

---

**10 COMMENT VOS CLIENTS SAURONT-ILS QUE VOUS EXISTEZ?**

Vous savez maintenant qui sont vos clients, où ils se trouvent et pourquoi ils achèteront votre produit. Comment allez-vous leur communiquer vos offres? Allez-vous compter sur un bon emplacement? Comment allez-vous promouvoir ou faire de la publicité?

---

---

---

---

**11 VENTES ESTIMÉES POUR LA PREMIÈRE ANNÉE**

Basez vos estimations sur la taille de votre marché, le niveau de concurrence, votre prix, vos projets de promotion et les tendances de votre secteur. Créez une prévision pessimiste, optimiste et prudente.

---

---

---

---

**12 APPROBATIONS GOUVERNEMENTALES**

Il peut y avoir des réglementations étendues ou coûteuses liées à votre type d'entreprise. Bizpal ([www.bcbizpal.ca](http://www.bcbizpal.ca)) peut vous aider à déterminer les réglementations municipales, provinciales et fédérales ainsi que les exigences en matière de permis touchant votre entreprise.

---

---

---

---

**13 FABRICATION, ACHAT OU PRODUCTION**

Indiquez comment vous allez fabriquer ou acquérir les biens, ou produire et fournir les services que vous prévoyez de vendre. Utilisez vos prévisions de ventes pour vous aider à planifier cette partie de votre opération. Pensez à la croissance potentielle dans les années à venir.

---

---

---

---



---

**14 L'EXÉCUTION DES COMMANDES**

Comment votre client reçoit-il sa commande et comment êtes-vous payé?

---

---

---

---

**15 CAPACITÉ DE VOTRE OPÉRATION AU COURS DE LA PREMIÈRE ANNÉE**

Quelle sera la taille de votre opération? Quelle est la limite de ce que vous pouvez produire, stocker, entretenir et vendre. Pouvez-vous répondre à vos prévisions de ventes? Avez-vous pris en compte la croissance future?

---

---

---

---

**16 FOURNISSEURS POTENTIELS**

Votre concept peut compter en grande partie sur la fiabilité de vos fournisseurs de matières premières et / ou vos sous-traitants. Dans quelle mesure serez-vous dépendant? Déterminez qui seront vos fournisseurs et essayez de trouver des fournisseurs de remplacement.

---

---

---

---

**17 RESSOURCES QUE VOUS AUREZ BESOIN**

Énumérez la liste des employés, de l'espace au sol, des améliorations locatives, de l'équipement, des véhicules, de l'inventaire, des fournitures et des services dont vous aurez besoin pour ouvrir votre entreprise. Estimez les coûts de chaque article de votre liste. Vous aurez besoin de cette liste pour déterminer vos coûts de démarrage.

---

---

---

---

**18 RESSOURCES QUE VOUS FINANCEZ OU LOUEREZ**

Vous ne paierez probablement pas pour des gros achats, mais louerez ou financerez ces articles à la place. Vous devrez estimer vos paiements mensuels pour vous aider à préparer une feuille de calcul des flux de trésorerie.

---

---

---



**19 FORCES ET FAIBLESSES FINANCIÈRES**

Quelle part de votre propre argent disposez-vous pour cette entreprise? Quels actifs pouvez-vous utiliser comme garantie pour garantir un prêt? Êtes-vous déjà propriétaire des véhicules, du matériel informatique ou des outils nécessaires au démarrage de votre entreprise? Avez-vous de la famille, des amis ou d'autres personnes qui sont prêtes à investir dans votre entreprise? Avez-vous une bonne cote de crédit personnelle?

---

---

---

**20 PRÉVISION DES FLUX DE TRÉSORERIE MENSUELS POUR VOTRE PREMIÈRE ANNÉE**

Une prévision de flux de trésorerie montre les périodes critiques d'entrée et de sortie de trésorerie au cours d'un mois donné. La préparation d'une prévision de flux de trésorerie mensuelle vous offre la possibilité d'afficher des chiffres en dollars, représentant les revenus et les dépenses, dans le mois où l'entreprise s'attend à collecter et à dépenser l'argent. Les flux de trésorerie peuvent démontrer le besoin d'injections de trésorerie à des périodes critiques où les ventes sont plus faibles dans les entreprises saisonnières.

---

---

---

**CONTACT****SERVICE À LA CLIENTÈLE**

604-775-5525 | 1-800-667-2272 | [askus@smallbusinessbc.ca](mailto:askus@smallbusinessbc.ca)

*Il est conseillé à tous les clients de reconfirmer les informations provenant des ministères officiels des agences gouvernementales nécessaires au Canada et à l'étranger. Small Business BC n'accepte aucune responsabilité pour tout acte ou erreur, omission, mauvaise utilisation et / ou mauvaise interprétation résultant de la confiance, en tout ou en partie, sur les informations fournies.*