





Tremplin pour entreprendre
Le développement stratégique de l'entreprise
Jeudi 5 novembre 2015







TREMPLIN POUR ENTREPRENDRE

LE DEVELOPPEMENT STRATEGIQUE DE L'ENTREPRISE

Roland DEBOST

Chef d'entreprise et consultant en stratégie TPE/PME



Etre ambitieux?

Entreprises existantes:

- En PME, la croissance n'est pas liée à la conjoncture!
- Décidez de votre ambition, fixez le cap, et formalisez votre stratégie

Start up:

- -Raisonnez global (donc Export), dès le départ !
- -Identifiez les aides disponibles
- -Sachez vous entourer

Communication

Produit

+PIW

* notice produit

wiKane

5 leviers de votre développement La plupart des entreprises à fort potentiel sont intégrées à un Institutionnelle groupe, ronronnent doucement · plaquetty commute lorsqu'elles sont familiales, ou sont . Home belone: fauchées en plein élan. Dans le *site web premier cas les fondateurs ont perdu leur autonomie, dans le second les dirigeants n'optimisent pas le potentiel de leur entreprise, dans le troisième cas enfin ils n'ont pas réussi à maîtriser l'un des cinq

Communication Financière

· rapport d'octivité · brochwe financière

> La finance qui spécifie les moyens de la croissance

leviers de leur développement :

Un environnement financier approprié

· ingénierie financière : anticipation des besoins.

calcul du BFR, montages · renforcement des fonds propres : recherche de financements ou d'actionnaires

· recapitalisation d'entreprises en retoumement

· évaluation d'entreprise

* croissance externe

- transmission d'entreprise

· business plan * reporting financier



La stratégie qui planifie les étapes pour atteindre l'objectif

Une stratégie cohérente

· analyse statique

· évaluation des potentiels.

analyse dynamique

« cohèrence des objectifs et finalités des dirigeants

· recommandation stratégique

stratégie générale

· plan d'action

accompagnement

Le marketing qui détermine les couples offres/ marchés les plus performants

Un marketing de conquête

stratégie marketing.

· segmentation stratégique

· couples produits/marchés

· diversification de l'offre sur les marchés

L'organisation qui déploie

les ressources en rapport avec

Une organisation interne adaptée

exploitation des gisements de productivité

· optimisation des ressources existante

enticipation des besoins structurels,

eganisationnels et managériaus

« abord de nouveaux marchés.

différenciation

· positionnement de l'offre

la stratégie

- veille stratégique et concurrentielle

Communication Commerciale

journal client thalling

e-mailing brochure commerciale +stand

Le plan d'action commerciale qui industrialise la production des contrats

Une fonction commerciale structurée

plan de développement commercial

· organisation du back-office

recruterpent et formation de la

direction commerciale

· aide à la négociation de contraty

emise en place d'alliances et

partenariats à l'export



Communication Interne

· licture interne desille de route

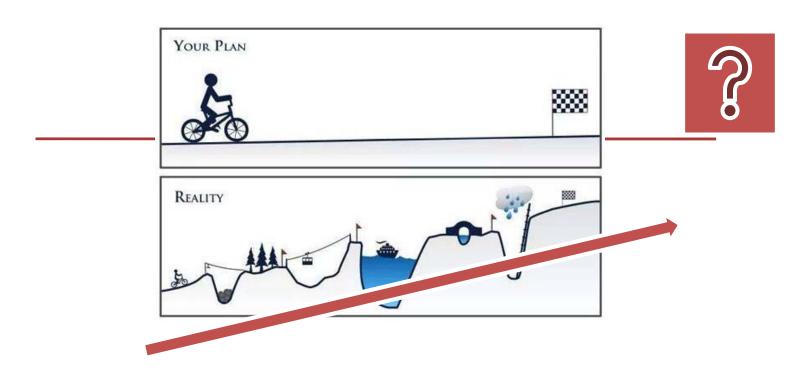
 animation de comités de direction et groupes. · formation et coaching des membres du comité

création et animation de conseils d'administration.

comités stratégiques, comités exécutifs

WKane

LA VIE DU DIRIGEANT N'EST PAS UN LONG FLEUVE TRANQUILLE



Pour garder le cap dans une mer démontée, encore faut-il l'avoir déterminé.



Décidez de votre ambition et Fixez le cap pour l'atteindre

Fixer le cap pour être ambitieux

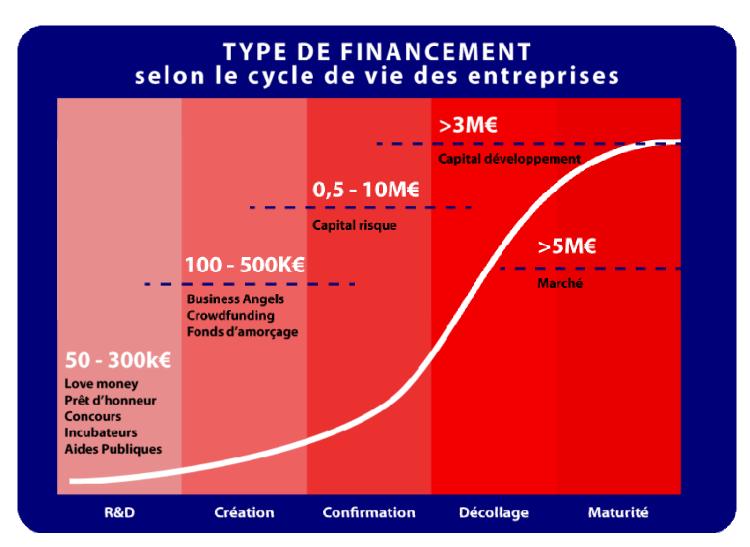
- Vous avez travaillé des heures sur un Business Plan à 3 ans...
- Vous avez préparé des powerpoints percutants...

mais



- ✓ Pouvez-vous décliner votre stratégie en objectifs :
 - compréhensibles par tous ?
 - déclinés sur chaque secteur de votre société ?

Formaliser sa stratégie, c'est se donner les moyens de la suivre et de l'adapter





Porteurs de projet: de l'idée au projet...

- 1. Formaliser son idée en se posant les bonnes questions
 - Quel est le marché?
 - Quelle est la demande ?
 - Qu'apportez-vous qui n'existe pas encore ?
- 2. De quelles ressources disposez-vous?
 - Temps/argent/contacts/savoir-faire
- 3. Quelles sont vos contraintes?
 - Personnelles/Familiales...
- 4. Avez-vous validé votre idée en externe?
 - Etude de marché (juniors entreprises par ex.)
 - Réseaux conseils (CCI, Région...)

Les réseaux de soutien aux créateurs se sont beaucoup développés : utilisez-les



Panorama des aides à la création

- De nombreuses aides à la création d'entreprises, à l'initiative de l'Etat ou des collectivités territoriales.
- Ces aides peuvent prendre différentes formes :
 - → Aides financières
 - → Allègements fiscaux
 - → Exonération de charges sociales
 - → Aide au montage du projet
 - → Mise à disposition de locaux



Elles visent

 A lutter contre le chômage et à favoriser l'insertion ou la réinsertion professionnelle de certains publics : demandeurs d'emploi, jeunes, personnes handicapées...

<u>Exemples</u>: Accre, Nacre, ARCE, maintien des allocations chômage, du RSA ou de l'ASS, ...

- A revitaliser ou redynamiser un territoire <u>Exemples</u>: PAT, Fisac, exonérations fiscales dans certaines zones urbaines ou rurales...
- A favoriser la création d'entreprises innovantes, de startups <u>Exemples</u>: Bourse French tech, Prêt d'amorçage, CIR, JEI
- A encourager la création d'entreprises dans certains secteurs <u>Exemples</u>: Agriculture, presse, librairies, tourisme, métiers d'art, ...
- A renforcer le financement des jeunes entreprises et faciliter l'accès au crédit

<u>Exemples</u>: Prêts d'honneur, micro-crédits, garantie d'emprunts, fonds d'investissement...



Aides financières : subventions

Subventions nationales

Exemples

- Prime d'aménagement du territoire
- Bourse French tech (entreprises à potentiel de croissance)
- Subventions territoriales

Exemples

- Cap'Jeunes en IDF
- Concours et fondations

Pour les identifier :

- www.apce.com Rubrique « Les aides »
- www.aides-entreprises.fr
- https://les-aides.fr



Autres aides financières

• Prêts d'honneur / prêts à taux zéro : couplés avec un emprunt bancaire (ou assimilé) complémentaire

Exemples locaux

- HDSI: France Initiative
- Réseau Entreprendre 92
- Prêt à taux zéro Nacre
- Dispositifs de garantie d'emprunt

Exemples

- Garantie création de Bpifrance
- Fonds de garantie gérés par France Active
- Fonds régionaux de garantie
- Prêts bonifiés ou avances remboursables dans certaines régions
- Prises de participation au capital / prêts participatifs



Principaux allègements fiscaux

- Exonération d'impôt sur les bénéfices
 Concerne les zones AFR (à finalité régionale), ZRR (zones de revitalisation rurale, ZFU (zones franches urbaines), BER (bassins d'emploi à redynamiser...)
- Exonération d'impôts locaux (CFE, taxe foncière...) Concerne les mêmes zones
- Allègements fiscaux pour les jeunes entreprises innovantes (JEI)
- Crédit d'impôt recherche (CIR) pour les entreprises réalisant des dépenses de recherche
- Réduction d'impôt sur le revenu et réduction d'ISF pour les personnes qui souscrivent au capital d'une TPE/PME

Exonérations de charges sociales

- Accre: aide aux chômeurs créant ou reprenant une entreprise (demandeurs d'emploi, allocataires RSA, jeunes, ...)
- Aides au recrutement de salariés

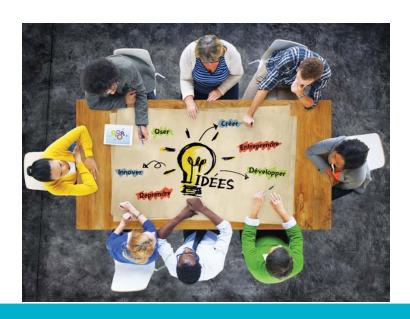


En conclusion

- Il existe de nombreuses aides, mais elles ne concernent pas forcément votre projet!
- Elles peuvent en effet :
 - être réservées à des secteurs d'activité particuliers,
 - dépendre du lieu d'implantation de l'entreprise,
 - être **liées à votre statut actuel** (demandeur d'emploi ou salarié) ,
 - imposer la réalisation d'investissements conséquents ou des recrutements,
- Pour les identifier et les solliciter dans les délais : rapprochezvous de consultants spécialisés et/ou des réseaux territorialement compétents.







FOCUS SUR LA STRATEGIE NUMERIQUE Un levier essentiel pour entreprendre

Olivier CARTIERI, President & Co-Founder Tél.: 01 47 08 29 32 - o.cartieri@O2Cmark.com

www.02CMark.com

Perform on the Web



Identité numérique du Dirigeant et de l'entreprise

L'identité numérique de votre entreprise est une valeur importante pour la bonne santé de votre activité. Une mauvaise réputation, ou simplement un manque de visibilité sont autant de critères qui décideront à choisir une autre entreprise que la vôtre.





Top 30 #DigitalBosses	#	O	EchoReach	Portée	ш	_ # tweets	L] RT	@ mentions
1 Laurence Parisot (IFOP)	+5	O	6,96	9,12	M	155	5306	1929
2 Denis Olivennes (Lagardère Active)	-1	O	6,87	7,35	M	17	486	194
3 Pascal Nègre (Universal Music)	+5	0	6,81	6,39	M	52	2184	875
4 Stéphane Richard (Orange)	-2	O	6,66	4,59	M	6	1647	780
5 Dominique Delport (Havas Media)	-2	0	6,32	2,10	M	122	757	168
6 Mathieu Gallet (Radio France)	+7	0	6,25	1,76	м	4	139	2078
7 Fabien Namias (Europe 1)	New	0	6,23	1,68	M	3	66	154
8 Constance Benqué (Elle)	+2	0	6,18	1,50	М	59	177	62
9 Sophie Reynal (Allia Finance)	+7	0	6,04	1,09	M	1017	542	1223
10 Eric Gervet (ATKearney)	+5	0	5,96	0,92	M	152	386	219
11 Hapsatou Sy (Ethnicia)	-6	0	5,96	0,90	M	101	407	785
12 Olivier Bernasson (Pecheur.com)	+6	0	5,94	0,87	M	1103	836	1252
13 Manuel Diax (EmakinaFR)	+30	0	5,93	0,86	M	125	310	108
14 Stéphane Israël (Arianespace)	-2	0	5,93	0,84	M	28	209	38
15 Jacques Froissant (Altaide)	-8	0	5,86	0,73	M	193	382	378
16 Nicolas Bordas (TBWA)	-12	0	5,82	0,66	M	127	373	579
17 Laurent Vimont (Century 21)	-6	0	5,76	0,58	M	120	1267	528
18 Eric Tong Cuaong (La Ghose)	New	0	5,73	0,54	M	8	16	17
19 Pascal Nessim (Marcel WW)	+2	0	5,72	0,52	M	185	258	195
20 Thierry Jadot (Dentsu Aegis Network)	New	0	5,71	0,51	M	127	247	79
21 Olivier Mathiot (Price Minister)	7	0	5,70	0,50	M	53	193	192
22 Alexandre Malsch (Melty)	-13	0	5,59	0,39	M	80	145	157
23 Frederic Raillard / Farid Mokart (Fred&Farid) +4	0	5,49	0,31	M	144	218	513
24 Christophe Chenut (Lacoste)	-1	0	5,45	0,28	M	27	120	35
25 Jean-David Chamboredon (ISAI)	+7	0	5,42	0,26	M	38	138	224
26 Frédéric Wolff (Grey)	New	O	5,32	0,21	M	184	4	4
27 Nicolas Haxard (Le Comptoir de l'Innovation	-8	O	5,31	0,21	M	15	110	89
20 Delphine Ernotte (France Télévision)	-6	0	5,30	0,20	M	3	104	181 <i>7</i>
29 Laurence Paganini (Kaporal)	+2	0	5,24	0,17	M	130	136	113
30 Olivier Gonzalez (Twitter France)	-4	0	5,19	0.15	м	68	82	235

(Baromètre Digital Bosses juin 2014, réalisé par Spotter et TBWA Corporate pour Tweet Bosses. L'indice EchoReach mesure la réactivité et la notoriété des communautés suivant le dirigeant sur Twitter et/ou commentant son actualité. Un volume de tweets, issus du compte ou mentionnant le nom ou le compte, est associé à chaque dirigeant)







Les premières démarches à effectuer :

1- Dépôt de marque

2 -Enregistrement et protection de noms professionnels (dirigeants, entreprises, produits)

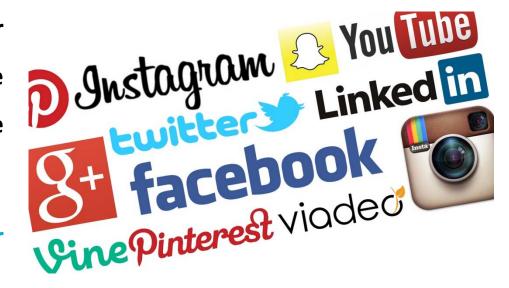






Définissez une ligne éditoriale et garder une cohérence dans le temps avec une sélection de support adaptés à votre organisation :

Site, blog, réseaux sociaux pour l'entreprise





Les outils de gestion de contacts

Une bonne organisation et la déclaration CNIL correspondante rentrent dans les premières bonnes résolutions à prendre dès la création de la gestion de vos contacts professionnels.

Adoptez une solution adaptée à vos besoins et surtout évolutive :

Tableur / Base de Données / Gestionnaire de contacts / CRM « Customer Relationship Management » ou « Gestion de la Relation Clients ».





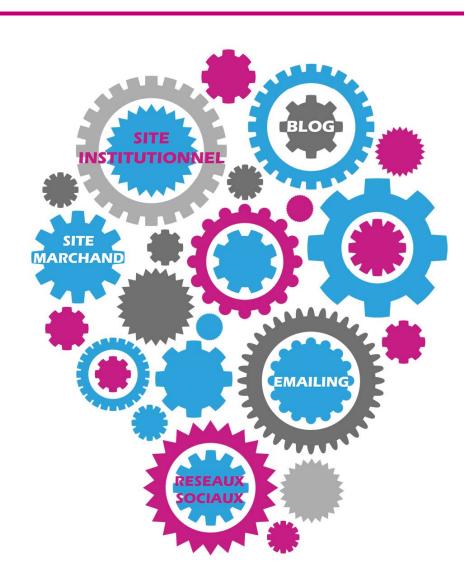




En 2015 : Le Webmarketing n'est pas réservé qu'aux Grandes entreprises ...

Différentes démarches peuvent s'ajuster :

Emailing, newsletter, marketing inbound, retargeting







Optez pour une solution en adéquation avec votre Business plan.

Bien anticiper sur la promotion du site internet qui a un coup non négligeable et qui est essentielle.

Une fois de plus, structurez votre démarche avec des supports adaptés :

Place de marché, CMS Prestashop Magento (Attention aux solutions propriétaires qui sont plus faciles d'accès mais moins souples)

N'hésitez pas à passer par un agrégateur pour les paiements (Exemple : Point Paybox) et surtout optez pour une solution Responsive Web Design



Le web est un excellent outil de développement pour les entreprises, mais attention : soyez vigilant si c'est gratuit, vous êtes le produit.

Googliser régulièrement le nom de votre entreprise, vos marques...

Vous pouvez créer des alertes sur Google, Tweetbeep, Webmii ... Vous serez ainsi informé dès que vous serez cité sur le web.



Olivier CARTIERI

President & Co-Founder Tél.: 01 47 08 29 32 o.cartieri@O2Cmark.com

www.O2CMark.com

Merci de votre attention



Perform on the Web







Tremplin pour entreprendre
Le développement stratégique de l'entreprise
Jeudi 5 novembre 2015



