

Validation de besoin de projet

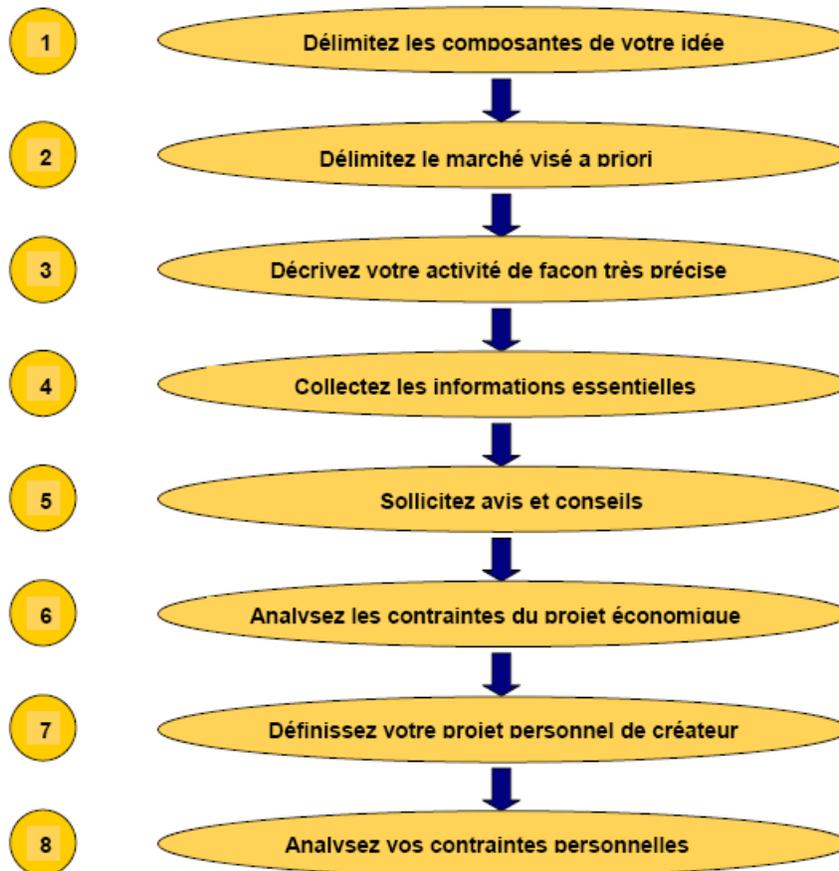
Vous avez une idée de création d'entreprise ?

Avant d'engager du temps et de l'argent dans le montage de votre projet, vous devez commencer par vérifier la **pertinence** de votre idée.

Cela suppose de prendre le temps de mener quelques investigations. En vous appuyant sur les éléments tangibles recueillis et sur de fortes probabilités, vous serez ainsi en mesure : - de déterminer les risques et les conditions de réussite de votre projet,

- le cas échéant, de corriger votre idée de départ,

- de conclure ou non que votre idée est réaliste et que vous êtes bien « l'homme de la situation ».



**1- Déterminez les composantes de votre idée
(Votre offre : produit /service /concept)**

Quels services ou biens, très précisément, souhaiteriez-vous produire ou exploiter ?

Quel produit ou quel service serait réellement vendu ?

A quel besoin répond précisément le bien ou la prestation ? Quelle est son utilité ?

Quel serait le mode d'utilisation du bien ou du service ?

Comment serait-il vendu ?

S'il y a lieu, quel est le caractère novateur de votre produit/service/concept ?

Quels sont les points forts de votre produit/service/concept :

Quels sont ses points faibles :

Caractéristiques du produit ou service	Exemples de contraintes particulières
Complexe	<ul style="list-style-type: none"> - temps de mise au point de l'industrialisation - normes à respecter - niveau de fiabilité à atteindre - dépendance de partenariats technologiques externes, besoin ultérieur de R et D, etc. - lisibilité difficile par le marché, par les prescripteurs, par les relais d'opinion
Innovant	<ul style="list-style-type: none"> - produit dépendant d'autres équipements ou d'autres opérateurs - nécessité de modifier le processus de fabrication ou les équipements ou les habitudes chez l'utilisateur - communication à adapter en conséquence
Fragile	<ul style="list-style-type: none"> - surcoût de processus de fabrication - création spécifique d'un emballage adapté - stockage particulier
Périssable	<ul style="list-style-type: none"> - infrastructure lourde en conséquence - pertes régulières possibles sur stock
Dangereux	<ul style="list-style-type: none"> - normes de fabrication - assurances - autorisations
Polluant	<ul style="list-style-type: none"> - autorisations - réaction possible des riverains
Copiable	<ul style="list-style-type: none"> - risque d'arrivée rapide de "gros concurrents" sur le marché - nécessité d'occuper le marché très vite
A faible valeur ajoutée	<ul style="list-style-type: none"> - nécessité de forts volumes - cohérence entre charges fixes probables et marge commerciale
Très coûteux	<ul style="list-style-type: none"> - cycle de production très long - niveau élevé de Besoin en Fonds de Roulement - hésitation longue chez l'acheteur potentiel
A usage unique (différents cas)	<ul style="list-style-type: none"> - emballage spécifique à concevoir - normes de sécurité à respecter (souvent le cas)
A renouvellement d'achat lent	<ul style="list-style-type: none"> - nécessité de reconstituer chaque année sa clientèle
Saisonnier (différents cas)	<ul style="list-style-type: none"> - installations de stockage adaptées - besoin de crédit de campagne - période propice de démarrage de l'activité
Nécessitant d'accorder une garantie	<ul style="list-style-type: none"> - coût d'un service après-vente - assurance à souscrire
Sujet aux aléas climatiques	<ul style="list-style-type: none"> - réserve financière de sécurité - assurance à souscrire, si possible
Susceptible d'être rapidement obsolète	<ul style="list-style-type: none"> - disponibilité de gamme suivante - cadence dans la recherche-développement
Nécessitant un emplacement particulier	<ul style="list-style-type: none"> - dans un quartier spécialisé - près des donneurs d'ordres - dans une rue très commerçante
Non rentable par lui-même	<ul style="list-style-type: none"> - aléas des recettes provenant des tierces parties (ex : journal gratuit)
Dépendant	<ul style="list-style-type: none"> - de partenaires incontournables : pour son installation, pour son exploitation ("prendre leur pouls", dès maintenant) - ou d'enveloppes budgétaires (période plus ou moins favorable dans l'année)

Exemples de contraintes liées à la production

Caractéristiques liées à la production	Exemples de contraintes particulières
Approvisionnements	- cours très fluctuant des matières premières - risques politiques ou climatiques sur les approvisionnements - rapport de force avec des fournisseurs en situation d'oligopole
Processus de fabrication	- qualification adéquate du personnel - existence ou pas de la sous-traitance nécessaire - dépendance vis-à-vis de certains sous-traitants
Conditionnement	- emballage spécial - emballage à recycler obligatoirement

Exemples de contraintes liées à l'image du produit ou du service

Caractéristiques liées à l'image du produit ou du service	Exemple de contraintes particulières
Effet de mode	- quel produit prendra la suite ?
Image négative (mauvaise réputation du métier, déficit de confiance)	- communication longue et lourde à prévoir - "positionnement rendant crédible" à trouver
Image de luxe	- politique de communication et de distribution adaptée, - coût de lancement d'une marque, - emballage coûteux à créer, - nécessité d'un emplacement dans un beau quartier,...
Lisibilité faible	- nécessité d'une forte communication,
Impact sur l'Environnement	- hostilité de futurs voisins, d'associations de défense de l'environnement ou de groupes de pression,...

Exemples de contraintes liées à la distribution du produit :

Un bon produit qui n'arrive pas à rencontrer son marché devient un échec.

Là encore, sans présumer du choix final, il convient de prendre en compte les spécificités liées à l'écoulement du produit sur le marché envisagé, ou les barrières qu'il pourrait être nécessaire de franchir pour cela.

Exemples : Sera-t-il nécessaire de créer une marque ?

Faudra-t-il utiliser un réseau sélectif ?

Faudra-t-il mettre en place un service après-vente ?

Avez-vous évalué le temps et les moyens nécessaires pour approcher la grande distribution, s'il y a lieu ?

Votre produit ou prestation nécessitera-t-il de mettre en place des moyens de publicité particuliers ?

