



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

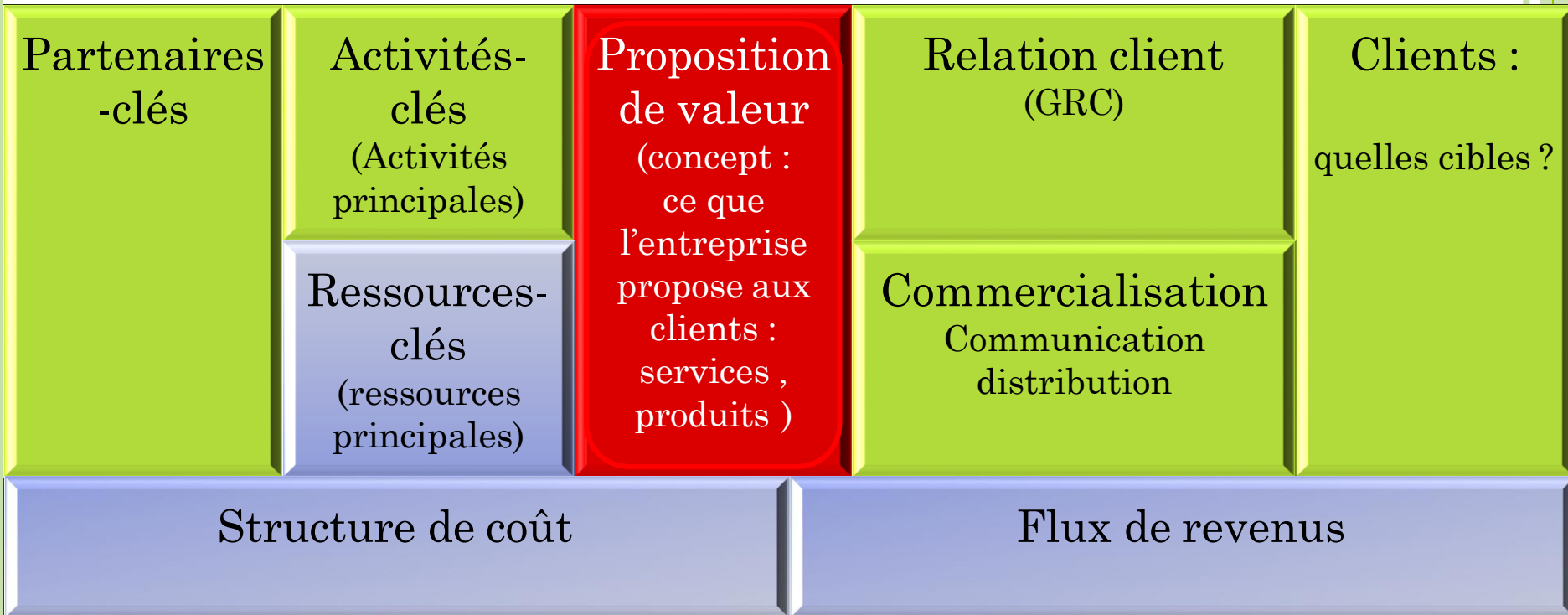
Mettre en œuvre l'ensemble des connaissances acquises en BTS

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



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, la structure juridique, 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 summary

2/ L'étude économique du projet

Les porteurs de projet

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

Dans l'executive summary

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 summary

Stratégies (à ne pas faire)

Le mix marketing

III/Offre de l'entreprise :

-Produit :

Nom et logo (dans l'executive summary),

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'executive summary),

Force de vente

- Communication : objectifs et outils

Dossiers à rendre :

Dossier 2

Dossier 2 : à rendre avant les vacances de février

Il comprend:

le dossier 1 avec l'executive summary complet + le mix marketing

III/Offre de l'entreprise :

-Produit :

Nom et logo (dans l'executive summary),

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'executive summary)**, Force de vente

- Communication : objectifs visés et outils utilisés

Soit dans la partie distribution, soit dans la partie produit : préciser la surface de vente et les plans + carte de localisation. Ne pas oublier le local, pour les food truck.

Noms des étudiants :

Note / 60

Appréciation

Forme

/7

Présentation générale, p. de garde: /1

Titre / sources, Couleurs : /1

n° de pages, texte justifié : /1

Sommaire : /1

Aspect professionnel : /1

Taille, police, lisibilité, noms : /1

Orthographe : /7

Corrections dossier 1 :

Clarté, pertinence /7

/7

RAPPEL : logo dans l'executive summary et mettre l'explication en annexe pour le dossier final :



Produit

/19

Qualité, choix des produits (en fonction de l'entreprise de l'ADN) : /2

Fournisseurs (choix des fournisseurs important = doit être en lien avec le positionnement) : / 1

Menus / carte (on doit retrouver l'ADN) : /2

Fiches techniques (classiques) : /1

Fiches techniques et photos des recettes: /6

Stand : /2

originalité, décor, photos du stand ... : en lien avec le positionnement de l'entreprise, on doit retrouver le positionnement, l'ADN

Description de votre restaurant : design , décor, photos de mobiliers, de tableaux....couleurs, tapisserie, plantes... (on doit retrouver votre univers) : /4

Questionnaire de satisfaction : /1



Prix

/5

Méthode de fixation :

(coef multiplicateur, CR, demande, concurrence, coûts cibles)

Prix carte, menus :

Communication

/10

Variété des supports, distinction media - hors media, objectif(s) ...

Animation du point de vente lors des passages dans le hall

Proposition d'outils de communication adaptés au concept

Compte Instagram : publications et analyse des publications réalisées (qu'est ce qui a fonctionné...)

Evaluation du budget de communication

CREER AU MOINS un Support de communication – Site internet



Distribution

Emplacement : /2

(Choix du lieu, pertinence, ...)

/12

Canaux de distribution : /5

Canaux directs, Canaux indirects (en lien avec les besoins de l'entreprise, les choix doivent être justifiés)

Mise en place de canaux pour palier à la crise sanitaire

Mode de distribution : /1

Organisation interne et force de vente : planning/nombre de personnel... : /4

Organisation interne : /2

Force de vente : /2

