

Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE



DEUXIÈME PARTIE

Exposer son entreprise

1^{er} cycle
du secondaire

Thèmes 5 à 7 et conclusion

LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS

TABLE DES MATIÈRES

Thème 5:	3
Le marketing de l'entreprise: Le "branding"	
Thème 6:	14
La promotion: Faire connaître ton entreprise	
Thème 7:	22
La vente et le service à la clientèle: Attirer les clients... et les garder contents!	
Conclusion:	30
Atteindre ses objectifs et être fier de son parcours!	

Le parcours
DE LA GRANDE
JOURNÉE

Le parcours DE LA **GRANDE** JOURNÉE

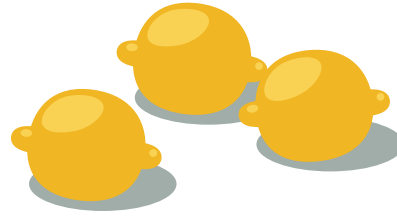


Le « branding »

Thème 5 : le marketing de l'entreprise

1^{er} cycle
du secondaire

LA **GRANDE**
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS



BONJOUR ET BIENVENUE

dans le Parcours de La grande journée!

Organisée depuis juin 2014, **La grande journée des petits entrepreneurs** est l'occasion pour les jeunes de 5 à 17 ans de fonder leur petite entreprise d'un jour, dans une ambiance festive.

Afin de permettre aux jeunes d'aller plus loin dans la préparation de leur projet entrepreneurial, nous avons créé le **Parcours de La grande journée**.

Il s'agit d'une série de thématiques qui vous sont offertes gratuitement sur notre site internet, grâce au soutien de Desjardins.

Il est possible d'obtenir chaque thématique individuellement, selon les besoins ou par blocs de thèmes stratégiquement regroupés. Les jeunes peuvent préparer leur entreprise à leur rythme et à leur image, développant ainsi leur créativité, leur débrouillardise et leur persévérance.

Les adultes qui accompagnent les jeunes (parents, professeurs, éducateurs, etc.) ont accès à des **fiches Astuce**, remplies de trucs et conseils!

Rendez-vous sur notre site pour ne rien manquer : petitsentrepreneurs.ca/apprendre



Le parcours
DE LA GRANDE
JOURNÉE

Soutenu par



En collaboration avec





TON NOM DE PRODUIT OU D'ENTREPRISE

Le choix du nom de ton entreprise, de ton produit ou de ton service est une étape importante. Le nom choisi doit t'aider à différencier ton offre des autres dans le même créneau. Le nom doit aussi refléter la nature même de ton produit ou service.

Fais une tempête d'idées, seul ou en équipe, afin de trouver plusieurs possibilités.

Encerle tes choix favoris.

Présente tes choix à des personnes qui n’ont pas participé à la tempête d’idée sans leur expliquer le concept de ton produit/service ou entreprise. Remplis la grille ci-dessous :

IDÉES DE NOM	PERSONNE QUESTIONNÉE	À QUOI ASSOCIEZ-VOUS, À VOTRE AVIS, CE NOM DE PRODUIT/SERVICE/ENTREPRISE?

TON IMAGE DE MARQUE

En plus d'avoir un nom, chaque compagnie a une image de marque : un logo, des couleurs, et même une typographie (la police d'écriture), qui lui sont particuliers.

Pense à 3 compagnies que tu aimes, et remplis la grille afin de bien cerner leur image de marque.

COMPAGNIE/ PRODUIT	DESSINE LE LOGO	QUELLES SONT LES COULEURS PRÉDOMINANTES DE CETTE MARQUE?	QUEL EST LE SLOGAN DE CETTE MARQUE?	EST-CE QU'UNE MÊME TYPOGRAPHIE EST UTILISÉE DANS TOUTES LEURS PUBLICITÉS?

Pour créer ton image de marque pour ton produit, ton service ou ton entreprise, réfléchis aux éléments que tu veux mettre de l'avant!

- Crée un logo simple, qui représente bien ton produit/service ou entreprise et qui se démarque des autres offres similaires.
- Quelles seraient la ou les couleurs qui représenteraient le mieux ton produit/service?
- Pense à un slogan amusant, qui se dit et se comprend facilement et met en valeur ton offre.
- Choisis une typographie qui sera facile à lire sur tes publicités, de prêt ou de loin!





SOIS CRÉATIF ET AMUSE-TOI!

Tu manques d'inspiration? Tu ne crois pas être la meilleure personne pour dessiner un logo ou imaginer un slogan? Trouve une personne qui a ces compétences et qui pourra t'aider.

MON NOM D'ENTREPRISE/PRODUIT/ SERVICE	
MON LOGO	
MES COULEURS	
MON SLOGAN	
MA TYPOGRAPHIE	

CRÉER TA CARTE D'AFFAIRES

Une carte d'affaires peut s'avérer un bon moyen de laisser ton nom et tes coordonnées, ainsi que de l'information sur ton entreprise à un client ou une ressource potentielle.

Voici quelques éléments pour créer une carte d'affaires à la fois professionnelle et efficace! Les informations de ta carte doivent répondre à trois questions principales :

QUI? QUOI? COMMENT?

- Qui? Ton logo, le nom de ton entreprise, ton prénom et nom complet.
- Quoi? Ton slogan ou un très court descriptif de ton produit ou service.
- Comment te rejoindre? Le site web de l'entreprise, nom de page Facebook ou Instagram, tes coordonnées (courriel, texto, cellulaire, etc.)

RECTO OU RECTO/VERSO?

Pour répondre à cette question, commence par rédiger les informations qui apparaîtront sur ta carte d'affaires.

Il est important de laisser le texte « respirer », pour une lecture facile.

À éviter : Trop d'info tue l'info! Ta carte d'affaires n'est pas une publicité complète, concentre-toi sur l'essentiel.

RECTO

VERSO



FAIRE CONNAITRE TON PRODUIT/SERVICE

Il y a de nombreuses façons de faire connaître son produit/service à la clientèle potentielle. Mais tout d'abord, il faut savoir où celle-ci se cache!

Qui est votre client? On appelle « persona » une personne fictive type qui achètera votre produit. Il faut l'imaginer avec un nom, un look, une vie!

AMUSE-TOI À IMAGINER TON CLIENT!

NOM :	
SEXE :	
ÂGE :	
NIVEAU D'ÉDUCATION :	Secondaire, collégial, universitaire, etc.
FAMILLE :	Enfants ?
ÉTAT MATRIMONIAL :	En couple, marié, célibataire, divorcé, etc.
SALAIRE :	Faible, moyen, élevé
HABITUDES DE VIE :	Sports, loisirs, arts, lecture
HABITUDES ALIMENTAIRES :	Décontracté, conservateur, branché, etc.
STYLE VESTIMENTAIRE :	Décontracté, conservateur, branché, etc.
MODE D'ACHAT :	Local, grandes chaînes, en ligne, etc.
MOYEN DE COMMUNICATION :	Texte, téléphone, courriel, courrier, etc.
MÉTHODE D'INFORMATION :	Journaux, Facebook, LinkedIn, Instagram, Snapchat, revue, etc.
ANIMAL DE COMPAGNIE :	
TYPE DE LOGEMENT/MAISON :	
MODE DE TRANSPORT :	

MAINTENANT, IMAGINE TA PERSONA QUI S'INTÉRESSE À TON ENTREPRISE :

- Comment entendra-t-il parler de ton produit ou service?
- Pourquoi l'essaiera-t-il?
- Par quel mode de communication parlera-t-il de ton produit ou service à d'autres?
- Combien est-il prêt à payer pour un produit ou service comme le tien?
- Qu'est-ce qui fera en sorte qu'il l'achètera à nouveau?
- À quelle fréquence l'achètera-t-il?
- Pourquoi cet achat deviendra-t-il un besoin, une routine, un must?
- Qu'est-ce qui pourrait faire en sorte qu'il ne l'achète plus?

DESSINE-LA!

Le parcours DE LA **GRANDE** JOURNÉE



Faire connaître ton entreprise

Thème 6 : la promotion

1^{er} cycle
du secondaire

LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS



DIFFUSION ET PROMOTION!

Il y a plusieurs manières de faire connaître ton entreprise et ton offre de produit ou de service!

Mais d'abord, il faut réfléchir aux endroits où se trouvent tes clients pour bien diffuser ton message!

DANS MON ÉCOLE?	OUI	NON	PARFOIS
DANS MON QUARTIER?	OUI	NON	PARFOIS
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX?	OUI	NON	PARFOIS
	Le(s)quel(s)?		
SUR UNE RUE COMMERCIALE?	OUI	NON	PARFOIS
	La(s)quelle(s)?		
DANS UN ÉTABLISSEMENT/ COMMERCE/LIEU PRÉCIS	OUI	NON	PARFOIS
(épicerie, parc, banque, hôpital, etc.)	Le(s)quel(s)?		



LA PUBLICITÉ

En publicité, on mise souvent sur la répétition pour donner le gout aux clients potentiels de passer à l'action et d'acheter un produit ou service.

Choisis plusieurs endroits/médias où tu exhiberas tes publicités afin de t'assurer que tes clients potentiels voient souvent ton message!

TU PEUX CRÉER DIFFÉRENTS TYPES DE PUBLICITÉ :

Affiche informative (nom, slogan, logo, prix, où acheter, coordonnées)



Offre spéciale incluant des informations (coupon/code rabais, offre 2 pour 1, etc.)



Vidéo promotionnelle



Et plus encore!



DÉTERMINE LE TYPE ET LE LIEU DE TES PUBLICITÉS :

TYPE	LIEUX D’AFFICHAGE		
Affiche informative			
Offre spéciale			
Vidéo promotionnelle			

N’OUBLIE PAS :

Tu dois commencer tôt la promotion! Planifie-toi un échéancier de diffusion (quand tu placeras tes publicités dans les lieux choisis) quelques semaines avant ton évènement.

Renouvelle tes publicités souvent. L’être humain a tendance à ne plus remarquer ce qu’il a déjà vu. Mets de nouvelles publicités, des photos, de nouvelles images... sois créatif et n’aie pas peur d’être visible. Plus il y a de gens qui connaissent ton entreprise, plus tu auras de clients lors de ton évènement!



MON ÉCHÉANCIER PROMOTIONNEL :

TYPE	LIEU D’AFFICHAGE	DATE D’AFFICHAGE	L’AFFICHAGE SERA RENOUELÉ OU CHANGÉ LE (DATE)



RÉSEAUX SOCIAUX

Les réseaux sociaux (Facebook, Snapchat, YouTube, Instagram, TikTok, LinkedIn, Twitter, etc.) sont utilisés par de nombreuses compagnies pour faire de la publicité ; par des messages directs, habituellement ciblés à un certain type de « persona », mais aussi en passant par des influenceurs qui font l'éloge du produit ou de l'utilisation du service.

Si tu désires utiliser les réseaux sociaux pour publiciser ton entreprise, il faut tout de même bien réfléchir à plusieurs aspects. Chaque type de réseau social doit être traité de façon différente, puisque son auditoire ne cherche pas nécessairement la même chose.

Attention : Si tu utilises les réseaux sociaux pour promouvoir ton offre, assure-toi d'être constant et actif afin d'assurer une plus grande visibilité. Utilise des « hashtags » qui peuvent t'attirer plus de vues. Par contre, n'oublie pas que certaines des personnes qui verront ton offre sur les réseaux sociaux ne seront pas nécessairement physiquement dans ton secteur. Donc, à moins que tu ne vendes par l'entremise d'un site web et que tu assures la livraison, ils ne seront pas tes clients potentiels.

VOICI QUELQUES EXEMPLES :

RÉSEAU	TYPE D'UTILISATION	PUBLIC	UTILISÉ PAR MA PERSONA?	QUEL TYPE DE PUBLICITÉ VAIS-JE FAIRE SUR CE RÉSEAU?
Facebook (page d'entreprise)	Textes (posts) d'une certaine longueur, images, vidéos, vidéos en direct, stories, mini sondages, nouvelles brèves, identification de personnes ou d'entreprises, partage de liens	Adultes	Oui /non	
Instagram	Photos, vidéos, stories, courts textes	Tous âges (la clientèle plus jeune est davantage sur Instagram que sur Facebook depuis quelques années)	Oui /non	
Snapchat	Photos, vidéos, stories éphémères	Jeunes	Oui /non	
LinkedIn	Contenus plus entrepreneuriaux, partage de nouvelles, réseautage	Entrepreneurs, gens d'affaires	Oui /non	
Twitter	Courts textes, photos, liens, partage de publications (repost)	Tous âges (la clientèle plus jeune est par contre un peu moins présente)	Oui /non	
Tik tok	Courtes vidéos	Jeunes et adultes	Oui /non	
Youtube	Vidéos	Jeunes et adultes	Oui /non	

Bien entendu, tu n'es pas obligé d'être sur toutes les plateformes, ni même d'être sur les réseaux sociaux!

BOUCHE-À-OREILLE

Le bouche-à-oreille est aussi une façon très efficace de promouvoir ton produit! Tu dois être proactif et parler beaucoup et souvent de ton entreprise et de ton produit/service! Tu ne sais jamais qui sera ton prochain meilleur client! Plus tu parles de ton projet, plus les autres en parleront à leur tour!

Dresse la liste des personnes à qui tu veux parler de ton projet et que tu penses feront de bons ambassadeurs pour ton produit/service :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE



**Attirer les clients...
et les garder contents!**

Thème 7 : La vente et le service à la clientèle

**1^{er} cycle
du secondaire**

**LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS**



COMMUNIQUER AVEC TA CLIENTÈLE

Ta vision positive et ta motivation sont des éléments importants pour la promotion de ton entreprise. Une personne sera plus encline à encourager ton projet, à acheter ton produit ou utiliser ton service si elle sent ton engouement, ta passion pour celui-ci!

Il est donc important que tu t'habitues à discuter avec des clients potentiels, et ce avec passion et enthousiasme, peu importe la personnalité de ceux-ci. En thème 4, tu as créé ton pitch de vente. Il faut maintenant t'exercer à parler de ton projet, à répondre aux questions que peuvent avoir les clients, et à conserver une attitude professionnelle face aux gens désagréables.



LE CLIENT PARFAIT

Être un « bon client » peut vouloir dire un paquet de choses!

Qu'est-ce qu'un bon client pour toi?

.....

.....

.....

Bien qu'il y ait beaucoup de « bons clients », il y en a aussi qui te présenteront des défis supplémentaires!



Dans la grille ci-dessous, tu retrouveras différents types de clients. Demande à un parent ou un ami de «jouer au client» avec toi pour chacun des types suivants.

Pratique-toi à présenter ton produit/service et à interagir avec ces types de clients. Note ce que tu fais bien et ce que tu as à améliorer dans ton approche.

Voici différents types de clients	Description	Astuce	Ce que j'ai bien fait	Ce que j'ai à améliorer
L'indécis	Il regarde, aime le produit / est intéressé par le service, mais est incapable de décider ce qu'il veut et d'acheter.	Dis-lui le choix que toi, ou quelqu'un semblable au client a fait ou ferait. Ex. : Ma mère a choisi celui-ci et elle l'adore!		
Le « questionneur »	Il pose des questions, puis encore des questions...	Dis-lui que tu es impressionné par son intérêt pour ton produit ou service et que tu es certain qu'il l'appréciera maintenant qu'il en sait plus.		

Voici différents types de clients	Description	Astuce	Ce que j'ai bien fait	Ce que j'ai à améliorer
Le négatif	<p>Il pose des questions, puis encore des questions...</p> <p>Il critique certains aspects (qualité, quantité, couleur, mode de fabrication, prix, etc.)</p>	<p>Demande-lui de faire ses recommandations sur ton produit ou service par écrit. Certaines personnes aiment donner leur avis, mais n'achèteront pas. Il faut parfois laisser tomber et ne pas trop investir d'énergie sur des clients trop négatifs.</p> <p>Ex. : Voici mon adresse courriel, j'aimerais beaucoup que vous m'aidiez à améliorer mon produit ou service en me faisant vos commentaires par écrit.</p>		
Le « pas content »	<p>Il a acheté, mais n'est pas heureux pour une raison ou pour une autre.</p>	<p>D'emblée, offre tes excuses, peu importe la raison de son mécontentement.</p> <p>« Le client a toujours raison » comme le dit l'adage. Essaie d'offrir une solution : produit de remplacement, remboursement, rabais, cadeau...</p> <p>Ex. : Oh, toutes mes excuses! Je vois que votre achat avait un défaut de fabrication. J'en suis vraiment désolé. Je vous offre de le remplacer ou de vous le rembourser.</p>		



Voici différents types de clients	Description	Astuce	Ce que j'ai bien fait	Ce que j'ai à améliorer
Le négociateur	Il négocie le prix ou la quantité avant d'acheter	Certaines personnes aiment négocier. Tu as le choix de le faire ou de dire que ton prix est fixe. N'oublie pas de mettre en lumière la valeur ajoutée de ton produit (écologique, fait main, naturel, santé, etc.) pour en souligner la valeur et donc le prix.		
Le silencieux	Il regarde ton produit, écoute ta présentation, mais ne dit rien.	Fais comme si de rien n'était! Certaines personnes sont plus gênées, mais cela ne veut pas dire qu'elles n'ont pas d'intérêt pour ton produit ou service.		



QUEL GENRE DE CLIENT ES-TU?

Maintenant que tu connais différents types de clients, quel type de client crois-tu être?

- Le bon client qui est poli et achète habituellement le produit ou le service si celui-ci répond à ses besoins?
- L'indécis?
- Le « questionneur »?
- Le négatif?
- Le « pas content »?
- Le négociateur?
- Le silencieux?
-





QU'AS-TU À AMÉLIORER EN TANT QUE CLIENT?

.....

.....

.....

Être entrepreneur nous rend plus conscients des enjeux du service à la clientèle. Ce n'est pas une tâche facile que de bien présenter son produit ou service avec le sourire quand les clients n'ont pas les réactions désirées. Il faut donc aussi s'efforcer d'être de meilleurs clients pour les autres entrepreneurs.

Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE



**Atteindre ses objectifs
et être fier de son parcours!**

Conclusion

**1^{er} cycle
du secondaire**

**LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS**



MES OBJECTIFS

Certains objectifs sont d'ordre personnel, d'autres sont d'ordre financier.

Parmi les éléments suivants, coche ceux qui font partie de tes objectifs. N'hésite pas à en ajouter d'autres :

Objectifs personnels		Mon indicateur de réussite
Me sentir plus à l'aise avec les chiffres et les finances		Ex. : Je comprends mes finances et je me sens à l'aise de parler de ses différents aspects.
Améliorer mes capacités à communiquer, négocier et convaincre		
Réussir à bien gérer mon temps		
Acquérir des compétences entrepreneuriales que je n'ai pas encore		
Élargir mon réseau de personnes-ressources		
Améliorer ma capacité à travailler en équipe		
Acquérir plus de confiance en moi, être fier de moi		
Me dépasser		

Objectifs personnels		Mon indicateur de réussite
Vendre toute ma production		Nombre de produit :
Avoir ____ (nombre) de clients		Nombre de client :
Faire un profit de _____		_____ \$



OBJECTIFS

Pour atteindre tes objectifs, il te faut des stratégies, un plan, des ressources et des personnes pour t'aider.

- Suivre des cours
- Suivre des formations en ligne, regarder des capsules vidéo
- Rencontrer des entrepreneurs
- Avoir un mentor
- Parler à un expert (comptable, avocat, psychologue, agence de marque, banquier, etc.)
- Lire des livres ou des articles sur le sujet





OBJECTIFS PERSONNELS :

Quelles sont tes stratégies pour atteindre tes objectifs?

.....

Qui, dans ton entourage, peut te soutenir pour y arriver?

.....

Quel sera l'indicateur de ta réussite? (Attention : certains objectifs sont de nature subjective. Il peut donc être facile de te dire que tu ne l'as pas atteint si tu n'as pas établi un indicateur clair de réussite, ou si tu es trop critique envers toi-même.)

.....

.....

.....

OBJECTIFS FINANCIERS

BRAVO! TU AS RELEVÉ LE DÉFI. MAINTENANT QUE LA GRANDE JOURNÉE EST DERRIÈRE TOI, COMPLÈTE TON BILAN.

REVENUS LE JOUR MÊME:

VENTE \times PRIX

\$

DÉPENSES RÉELLES:

.....

.....

.....

PRIX (\$):

TOTAL:

PROFIT:

\$

REMBOURSEMENT DE L'EMPRUNT:

\$

PROFIT RÉEL!

\$



OBJECTIFS FINANCIERS

Quel était mon objectif en ce qui concerne le nombre de vente?

.....

Est-ce qu'il a été atteint?

OUI NON

Est-ce que celui-ci était réaliste et réalisable?

.....

Quelles étaient mes stratégies pour atteindre ce nombre?

.....



Si c'était à refaire, quel serait mon objectif réaliste et réalisable?

.....

Quels étaient mes plans si les clients ne sont pas au rendez-vous?

.....

Est-ce que j'ai eu besoin de mettre ces plans en actions?

.....

Quels étaient mes plans si les clients n'achètent pas?

.....

Est-ce que j'ai eu besoin de mettre ces plans en actions?

.....

Quel(s) geste(s) pourrais-je poser pour la prochaine fois où je tiendrai un kiosque?

.....

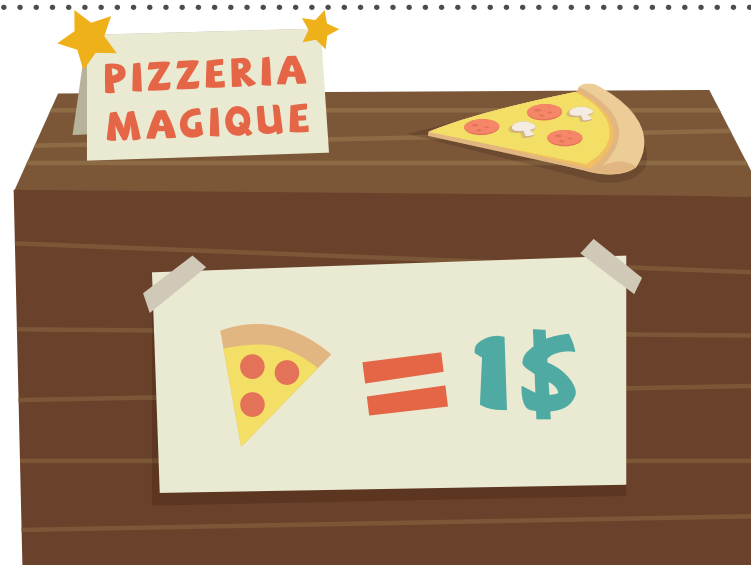
PROCHAIN KIOSQUE

Pour mieux te préparer ton prochain kiosque, fais une liste des techniques et des stratégies employées par des entreprises que tu connais pour :

ATTIRER LA CLIENTÈLE

**FAIRE ACHETER UN PRODUIT
OU UN SERVICE**

Peux-tu toi aussi mettre en œuvre ces stratégies à l'échelle de ton entreprise?



Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE

Prenez votre projet en photo et
partagez-le sur vos médias sociaux



#leparcoursdelagrandejournée

