

Le parcours DE LA **GRANDE** JOURNÉE



Bien planifier pour mieux entreprendre

Thème 2 : le plan d'affaires (partie 1)

2^e 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





PLANIFICATEUR COMPLET

Remplis la grille pour planifier tes étapes et te faire une idée des grands enjeux de ton projet. Tu peux valider de temps à autre si tout se déroule bien et si tu utilises tes ressources à bon escient.

DATE		ÉTAPE	TEMPS		COUTS		RESSOURCE(S) NÉCESSAIRE(S)	PERSONNE(S) DE SOUTIEN
DÉBUT	FIN		ESTIMÉ	RÉEL	ESTIMÉ	RÉEL		

Combien comptes-tu produire d'unité pour la vente?

Combien de fois offriras-tu ton service?



VALIDE TON SEUIL DE RENTABILITÉ

Le seuil de rentabilité est le montant des ventes que tu dois réaliser afin d'atteindre un équilibre, couvrir tes dépenses, et obtenir un résultat égal à zéro dollar. C'est ce qui s'appelle le point mort.

Quand le seuil de rentabilité est dépassé, la compagnie réalise des bénéfices. Quand il n'y a pas assez de ventes pour atteindre le seuil de rentabilité, la compagnie réalise une perte. Le seuil de rentabilité peut se calculer plus précisément en utilisant plusieurs données : les coûts fixes, les coûts variables, les marges, les prévisionnels, etc.

CALCUL SIMPLIFIÉ DU SEUIL DE RENTABILITÉ

Calcule tes coûts

Remplis la grille. Il se peut que certains éléments ne concernent pas ton projet et que tu en ajoutes. Prends bien le temps de valider si toutes tes dépenses y sont inscrites.

Si tu prévois offrir plusieurs produits ou services, tu devras faire le calcul des frais variables pour chacun d'eux.

COÛTS VARIABLES 	Matières premières	Calcule tout ce qui est nécessaire pour la fabrication de ton produit ou pour fournir ton service pour avoir un coût unitaire.	
	Production/service (salaire employé(s))	Calcule tout ce qui est nécessaire pour la fabrication de ton produit ou pour fournir ton service pour avoir un coût unitaire.	
	Emballage	Calcule tout ce qui est nécessaire pour l'emballage/étiquette de ton produit pour avoir un coût unitaire.	
	Étiquettes		
	Frais transactionnels**	Si tu permets les transactions par carte de crédit ou de débit, des frais sont rattachés à chaque transaction. Attention : une transaction comprend souvent plus d'une unité! Il te faut donc estimer le nombre d'unités par transaction et diviser les frais d'une transaction par cette quantité.	
TOTAL COÛTS VARIABLES			\$

ÉTABLIS TON PRIX DE VENTE

Maintenant que tu sais combien te coûte ton produit/service, il faut établir ton prix de vente.

Pour ce faire, tu dois prendre en compte différents aspects :

- Tes coûts variables
- Le prix des autres produits et services similaires sur le marché (compétition)
- La valeur perçue (voir thème 1).

Remplis la grille pour bien cibler ton prix

COÛTS VARIABLES UNITAIRES \$
PRIX DE PRODUIT/SERVICE SIMILAIRE	Entre\$ et\$
VALEUR PERÇUE (ENCERCLE TON CHOIX)	<ul style="list-style-type: none"> - Plus élevée que les produits/services similaires - Égale aux produits/services similaires - Plus faible que les produits/services similaires (donc plus économique)
LE PRIX DE VENTE UNITAIRE DE TON PRODUIT/SERVICE \$
LA MARGE DE PROFIT (PRIX - COÛTS VARIABLES)? \$



TU DOIS PENSER À ...

COÛTS FIXES (ANNUELS POUR L'ENTREPRISE)



COÛTS HUMAINS FIXES

Équipement

Fais le total de tout l'équipement que tu dois acheter pour démarrer ton entreprise.

\$

Local (loyer)

Dois-tu louer un espace pour la vente, la production ou la gestion de l'entreprise? Quel est le coût annuel?

\$

Produits de nettoyage/
entretien

\$

Électricité

\$

Assurances

Estime les frais annuellement.

\$

Hébergement de site
web

\$

Communication et
publicité

Feras-tu des publicités payées sur des réseaux sociaux, des affiches, etc.?

\$

Gestion et administration

\$

Marketing

Nombre d'heures estimées annuellement X \$/heure

\$

Comptabilité et
facturation

\$

TOTAL (ANNUEL)

\$



COMBIEN D'UNITÉS DE PRODUIT/SERVICE DEVRAS-TU VENDRE AFIN DE PAYER LES COÛTS FIXES?

**TOTAL ANNUEL
COÛTS FIXES**

.....\$

÷ (DIVISÉ PAR)

MARGE DE PROFIT UNITAIRE

.....\$

=

unités qui doivent être
vendues pour atteindre
le point mort (être
rentable ensuite).

Toutes les unités vendues après avoir passé le point mort te donnent donc des profits!



RÉFLÉCHIS À TES OBJECTIFS

Est-ce que le nombre d'unités de produits ou services que tu envisageais de vendre est suffisant pour atteindre la rentabilité?

Devrais-tu produire plus d'unités/offrir plus de services?

Est-ce que le nombre d'unités à vendre pour passer le point mort et pour que ton entreprise soit rentable est réaliste et atteignable? **OUI/NON**

SI NON, VOICI QUELQUES SOLUTIONS :

Tu peux monter le prix de vente de ton produit ou service pour avoir une plus grande marge de profit. Mais attention! Il est important d'évaluer si ton client serait prêt à payer plus cher. Fais un sondage au besoin pour valider ton prix.

Tu peux limiter certaines dépenses (variables ou fixes). Mais attention! Vois à ce que ton produit conserve la même qualité, sinon le client pourrait être moins tenté d'en faire l'achat.

Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE

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



#leparcoursdelagrandejournée

