

Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE

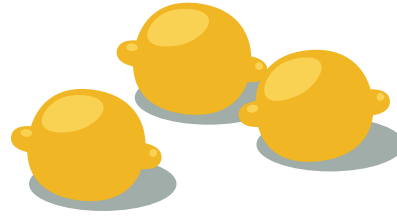


Bien planifier pour mieux entreprendre

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

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





ÉTABLIR LE PRIX DE TON PRODUIT/SERVICE

Établir le prix pour un produit ou un service est un élément important d'un projet entrepreneurial.

LE PRIX EST BASÉ SUR PLUSIEURS ASPECTS :

- le cout (frais variables et frais fixes),
- la perception de valeur par le client,
- le prix des produits ou services similaires / concurrents sur le marché,
- la stratégie marketing,
- la marge de profit visée.



LE COUT

Pour évaluer le cout de ton produit ou service, il faut connaitre certains aspects :

LES FRAIS VARIABLES :

- Les couts de ta matière première unitaire, par produit ou service (ce qui sert directement à faire ton produit ou à offrir ton service, et varie selon la quantité de produit ou de service offert),
- Les couts de production ou de service, le salaire des employés pour produire ou offrir ton service ;

LES FRAIS FIXES :

- Tous les éléments que tu dois avoir, peu importe la quantité de produit ou service offert (Ex. : équipement, local, site web, frais administratifs, etc.).



TEST DE PRODUCTION

Pour bien établir tes coûts de production, il faut faire un test.

Fabrique ton produit, et note le temps de production, le nombre d'unités produites dans cette période de temps, ainsi que le coût des matières premières.

TEMPS DE PRODUCTION : minutes
SALAIRES DE PRODUCTION* : (nombre d'employés) x \$ (salaire minimum) / 60 x minutes (temps de production) = \$
NOMBRE D'UNITÉS PRODUITES :
COÛT DE LA MATIÈRE PREMIÈRE : \$ **

**Base ton calcul sur le salaire minimum à l'heure. Tu trouveras facilement cette information en ligne ou en demandant à un adulte.*

***Attention, il se peut que tu utilises partiellement certains éléments de ta matière première. Évalue bien le coût de ce que tu as utilisé versus le prix de cet élément.*



Reproduit les informations que tu as trouvé à la page précédente afin de trouver ton cout unitaire, c'est-à-dire, combien chaque produit coute à fabriquer.

SALAIRES DE PRODUCTION	\$ +
COUT DE LA MATIÈRE PREMIÈRE	\$ =
COUT UNITAIRE	***

NOMBRE D'UNITÉS PRODUITES :

Si tu offres un service, tu dois aussi calculer tes frais variables, incluant le temps des employés et tout élément en lien avec ton service (ex. : tu promènes des chiens, tu auras besoin de petits sacs pour ramasser les besoins. Tu donneras aussi une facture, donc tu auras besoin d'un carnet de facturation, etc.).

*** Ce cout représente tes frais variables puisqu'ils varient en fonction de ta production.



EX. : PRODUCTION DE BISCUITS CUICUI

<p>TEMPS DE PRODUCTION (incluant emballage) :</p>	<p>45 minutes</p>
<p>SALAIRES DE PRODUCTION (incluant emballage) :</p>	<p>1 (nombre d'employés) x 13,10 \$ (salaire minimum) / 60 x 45 minutes (temps de production) = 9,83 \$</p>
<p>NOMBRE D'UNITÉS PRODUITES :</p>	<p>30</p>
<p>COUT DE LA MATIÈRE PREMIÈRE :</p>	<p>Total : 13,99 \$ ¼ d'un sac de farine : 1,50 \$ (5,99 \$/4) 1 sac de graines d'oiseau : 7,99 \$ ¼ de pot de beurre d'arachide : 1 \$ (3,99 \$/4) 30 sacs pour emballer : 0,90 \$ (2,99 \$/100 sacs par boîte x 30) étiquettes : 2,60 \$ (12,99 \$ /150 étiquettes par paquet) x 30</p>
<p>COUT UNITAIRE (Frais variables)</p>	<p>0,47 \$ par biscuit 13,99 \$ / 30 biscuits</p>



FRAIS FIXES

Tes frais fixes sont l'ensemble des dépenses que tu dois faire pour établir ta production ou offrir ton service.

Ex. : équipement, local de production, affiches publicitaires, cartes d'affaires, site web, etc.

FAIS LA LISTE DE CE DONT TU AS BESOIN ET LE COUT :

FRAIS FIXES	
	\$
	\$
	\$
	\$
	\$
	\$
	\$
TOTAL	\$

OBJECTIFS DE PRODUCTION OU D'OFFRE DE SERVICE

Pour bien savoir comment diviser tes frais fixes, il faut que tu réfléchisses à combien d'unités tu désires produire, ou à quelle fréquence tu veux offrir ton service pour une période de temps déterminée.

Ex. : Pour le marché de Noël de ton école, tu veux produire 100 Biscuits CuiCui, puis 100 autres pour la Grande Journée au mois de juin.

FRAIS FIXES BISCUITS CUICUI	
Bol	2 \$
Spatule	1 \$
Plaques de cuisson	12 \$
Tapis de cuisson antiadhésif	8 \$
Savon à vaisselle	2 \$
TOTAL	25 \$

Frais fixes : $25 \$ / 200 \text{ biscuits} = 0,13 \$ / \text{biscuit}$

Exemple service : j'ai le temps de promener 1 chien par soirée, du jeudi au dimanche, donc 4 chiens par semaine. Je le fais toutes les semaines sauf pendant les vacances, donc 40 semaines par années, pour un total de 160 promenades.

Mes frais fixes : 1 paire de bottes de marche ($100 \$ / 160 \text{ promenades} = 1,60 \$$)



PERCEPTION DE VALEUR

Pour mieux établir ton prix, tu dois prendre en considération la valeur perçue de ton produit ou service par le client.

Pour tester la perception de valeur, présente ton produit ou service à plusieurs personnes et demande-leur combien ils seraient prêts à payer pour ce produit ou service.

Demande-leur aussi la raison de leur réponse. Note cette information, elle te permettra de mieux cibler ta publicité par la suite.

NOM	PRIX	RAISON(S)



PRODUITS/SERVICES CONCURRENTS ET STRATÉGIE MARKETING

Ton prix dépend aussi de l'offre sur le marché. Y a-t-il d'autres produits similaires? D'autres personnes offrent-elles le même service? Dresse une liste de produits ou services concurrents. Note leur prix ainsi que ce qui ressemble à ton produit ou service, et ce qui est différent.

Cette information te permettra d'établir si tu veux être concurrentiel (dans les mêmes prix ou moins cher que les autres produits ou offres de services) ou encore être plus cher parce que ton produit/service est supérieur (meilleure qualité, plus naturel, écologique, fait main, unique, etc.).

C'est ce que l'on appelle une stratégie marketing.

Un produit/service plus économique se vendra peut-être en plus grande quantité, mais le client le verra peut-être comme un produit de moins bonne qualité. Un produit vendu plus cher devra offrir une valeur ajoutée (meilleure qualité, originalité, impression de luxe, etc.).



COMPLÈTE CES GRILLES AFIN D'ÉVALUER TA PLACE DANS LE MARCHÉ QUE TU VISES

PRODUIT/SERVICE CONCURRENT	PRIX	SIMILITUDES	DIFFÉRENCES
	\$		
	\$		
	\$		
	\$		

MA STRATÉGIE MARKETING		
MON PRODUIT	PRIX \$	RAISON
	Moins cher que la concurrence	
	Prix égal	
	Plus cher	



MARGE DE PROFIT

La marge de profit est la différence entre le prix et le total des frais (variables et fixes) par unité de produit ou service.

Ta marge de profit peut être plus ou moins grosse. C'est toi qui en décides la valeur.

Pour calculer la marge de profit, additionne les frais variables unitaires et les frais fixes unitaires.

Soustrais le total des frais au prix établis.

EX. : BISCUITS CUICUI:

Frais variables : 0,47 \$/biscuit

Frais fixes : 0,13 \$/biscuit

Total frais : 0,60 \$ / biscuit

Prix établis : 1,50 \$ / biscuit

Marge de profit : 1,50 \$ - 0,60 \$ = 0,90 \$

PRIX DE MON PRODUIT/SERVICE	FRAIS VARIABLES / UNITÉ	FRAIS FIXES / UNITÉ	MARGE DE PROFIT
	- \$	- \$	= \$



Est-ce que ta marge de profit te semble suffisante? **OUI** /**NON**

Si tu atteins tes objectifs de production, combien feras-tu de profit au total?
(Multiplie ta marge de profit par le nombre d'unités que tu souhaites produire ou offrir)

Est-ce que ce profit possible est intéressant? **OUI** /**NON**

N'oublie pas que tu peux revoir et ajuster tous les éléments de ton plan avant de définir ton prix. Tu peux ainsi diminuer ton temps de production, diminuer tes frais, ou changer de stratégie marketing. C'est toi le patron! Teste différentes possibilités et valide tes calculs auprès d'une personne de confiance.

Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE

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



#leparcoursdelagrandejournée

