

Le parcours
DE LA GRANDE
JOURNÉE



PARCOURS COMPLET

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

**LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS**

TABLE DES MATIÈRES

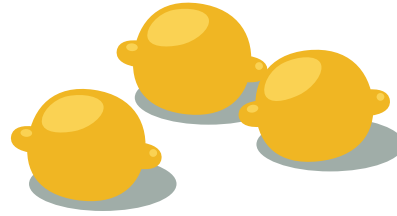
Introduction:	5
Et c'est un départ!	
Thème 1:	13
Le choix de l'entreprise: Passer de passion à idée	
Thème 2:	22
Le plan d'affaires (partie 1): Bien planifier pour mieux entreprendre	
Thème 3:	35
Le plan d'affaires (partie 2): Ça me prend des sous! Qui? Comment? Combien?	
Thème 4:	41
La mise en oeuvre du plan d'affaires: Passer de l'idée à l'action	

Le parcours
DE LA GRANDE
JOURNÉE

TABLE DES MATIÈRES

Thème 5:	45
Le marketing de l'entreprise: Le "branding"	
Thème 6:	55
La promotion: Faire connaître ton entreprise	
Thème 7:	63
La vente et le service à la clientèle: Attirer les clients... et les garder contents!	
Conclusion:	71
Atteindre ses objectifs et être fier de son parcours!	

Le parcours
DE LA GRANDE
JOURNÉE



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





Le parcours DE LA **GRANDE** JOURNÉE

Et c'est un départ!

Introduction

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

**LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS**

LES BASES !

Chaque domaine a son vocabulaire propre!
Voici quelques termes liés à l'entrepreneuriat.

Connais-tu leur définition?



PME

- A. Acronyme pour Petite et Moyenne Entreprise (une entreprise qui compte moins de 50 employés)
- B. Acronyme pour Personne avec un Meilleur Emploi

RH

- A. Ressources humaines (les personnes qui travaillent dans une entreprise)
- B. Restaurant hivernal

R&D

- A. Roger et Diane
- B. Recherches et développement de produit(s)

Marché

- A. Clientèle potentielle pour un produit ou service
- B. Épicerie du coin

Étude de marché

- A. Faire ses devoirs en prenant une marche
- B. Sondages et recherche pour connaître les habitudes d'une clientèle potentielle

B2B

- A. Un des membres d'un groupe hip-hop
- B. Une relation d'affaires entre 2 entreprises (vente de business à business)



LES BASES !



Suite...

B2C

- A. Le frère de B2B, lui aussi membre du même groupe hip-hop
- B. Une relation d'affaires entre une entreprise et un client (Business à client)

Passifs

- A. Dettes d'une l'entreprise
- B. Personnes qui ne font pas grand-chose

Start-up

- A. Quand tu débutes quelque chose par le haut
- B. Terme anglais pour démarrage d'entreprise (les débuts)

Marge de profit

- A. La différence entre le prix de vente et le cout d'un produit ou service
- B. Profiter de l'espace sur le côté de cette page

Actifs

- A. Éléments d'une entreprise qui ont une valeur monétaire (stock, matériel, immeuble, machinerie, etc)
- B. « Atchou » en Russe

Financement

- A. Source d'argent investie dans une entreprise par une personne, un organisme ou une autre entreprise, pour lui permettre de débiter ou de croître.
- B. Source d'argent



Love money

- A. Personne qui aime l'argent
- B. Argent investi par une personne dans une entreprise parce qu'elle croit au concept et l'entrepreneur sans attentes ou intérêt



À LA BASE DE TOUTE ENTREPRISE

il y a une personne passionnée et motivée... comme toi!

On dit souvent que les gens « achètent la personnalité de l'entrepreneur autant que le produit », ce qui veut dire que mettre de l'avant tes compétences et ton énergie dans ton projet est très important!

**POUR BIEN FAIRE VALOIR TES ATOUTS,
IL FAUT BIEN TE CONNAITRE!**



CHOISIS PARMIS LES PHRASES CI-DESSOUS LES 10 QUI TE DÉCRIVENT LE MIEUX.

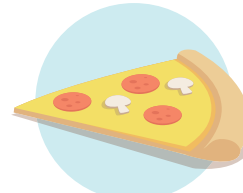
Elles t'aideront ensuite à compléter ta fiche de personnalité entrepreneuriale :

1. J'aime être occupé, actif, faire partie prenante des projets et activités proposées dans mon milieu. **(TRAVAILLANT)**
2. J'aime les défis, je suis motivé par les projets plus complexes. **(DÉTERMINÉ)**
3. Je suis habile à trouver des solutions à différents problèmes. **(DÉBROUILLARD)**
4. Je fais preuve d'initiative. **(ENTREPRENANT)**
5. Je trouve toujours le moyen d'atteindre mes objectifs. **(MOTIVÉ)**
6. J'aime convaincre les autres, débattre de mon point de vue, faire valoir mon opinion. **(PERSUASIF)**
7. Je suis capable de travailler fort et plus longtemps quand un projet me motive et me passionne. **(ÉNERGIQUE)**
8. J'affronte les difficultés avec courage, puis m'adapte à celles-ci. **(RÉSILIENT)**
9. J'aime travailler seul. **(INDÉPENDANT)**
10. J'aime travailler en équipe avec des gens compétents et différents. **(RASSEMBLEUR)**
11. Quand je choisis de faire quelque chose, il est difficile de me faire changer d'idée! **(DÉCIDÉ)**
12. J'aime bien prendre des risques! **(AVENTURIER)**
13. J'aime apprendre, comprendre, créer. **(CURIEUX)**
14. On dit parfois de moi que je suis intense, ou énergique, que j'ai de l'endurance. **(PASSIONNÉ)**
15. J'aime décider, prendre en charge, être le leader. **(LEADER)**
16. J'ai confiance en moi et en mes capacités. **(CONFIANT)**
17. Je m'adapte bien et rapidement aux changements. **(FLEXIBLE)**
18. J'aime accomplir des tâches diversifiées. **(POLYVALENT)**



Suite...

19. Je travaille bien en coopération avec d'autres. **(OUVERT D'ESPRIT)**
20. Je mets tout en œuvre pour que mes projets voient le jour. **(CONVAINCU)**
21. Je suis capable de prendre des décisions. **(DÉCISIONNEL)**
22. J'aime avoir des objectifs clairs, je suis capable de me faire un horaire et de le suivre. **(DISCIPLINÉ)**
23. J'accepte les conséquences de mes décisions et je m'y adapte. **(RESPONSABLE)**
24. Je respecte les opinions, les manières de penser et d'agir d'autrui. **(TOLÉRANT)**
25. Je communique bien mes attentes et mes besoins. **(ARTICULÉ)**
26. Je suis à l'écoute des besoins des autres. **(ATTENTIF)**
27. Je réagis positivement à la pression et deviens habituellement très productif. **(ORGANISÉ)**
28. J'aime et je cherche à m'améliorer. **(PROACTIF)**
29. Je suis capable d'aller chercher de l'aide quand j'en ai besoin. **(LUCIDE)**
30. Je suis réaliste par rapport à mes projets et à leur réussite potentielle. **(RÉALISTE)**
31. Je suis capable de reconnaître mes forces et mes faiblesses **(INTROSPECTIF)**
32. Je suis positif et mobilisateur : quand j'ai un projet, d'autres se rallient rapidement. **(INSPIRANT)**
33. Je connais mes défauts et mes qualités, je n'ai pas peur de les laisser transparaître. **(AUTHENTIQUE)**
34. J'ai à cœur le bonheur d'autrui. Mes projets ont le but d'apporter des solutions et du bonheur à d'autres personnes. **(BIENVEILLANT)**
35. J'aime offrir mon aide, et j'accepte volontiers d'aider ceux qui en ont besoin. **(IMPLIQUÉ)**



MA PERSONNALITÉ ENTREPRENEURIALE

Inscris les 10 adjectifs (mot entre parenthèses à la fin des énoncés choisis) qui te représentent le mieux, puis note une situation où tu as su démontrer cette qualité entrepreneuriale.

QUALITÉ



EXEMPLE DE SITUATION OÙ TU AS DÉMONTRÉ CETTE APTITUDE

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Tu pourras référer à ta fiche à différents moments : pour te redonner confiance en tes capacités, rédiger ton CV ou pour mieux définir ton rôle au sein d'une équipe de travail. Bien te connaître et mettre en valeur tes forces sera très utile lors de présentations de projet ou lors de ton pitch à des investisseurs potentiels.

AVANT DE DÉBUTER L'AVENTURE...

Pour bien entreprendre un projet, il est important de se connaître mais aussi d'avoir en tête nos ressources et les personnes qui pourraient nous aider.

MES OUTILS/RESSOURCES

Ex : je pourrais avoir un espace pour entreposer mon produit dans le garage de mes parents, ma tante pourrait me passer sa machine à coudre, je pourrais utiliser la cuisine de mon cousin qui a un restaurant.

Énumère les outils et ressources qui t'entourent et pourraient t'être utiles.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

MES ALLIÉS

Ex : mon frère pourrait m'aider dans la fabrication, ma tante qui est comptable pourrait vérifier mes calculs de rentabilité, mon cousin qui a son entreprise pourrait être mon mentor et m'accompagner dans mes décisions

Fais une liste des personnes qui pourraient t'aider et leur (s) rôle(s)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Le parcours DE LA **GRANDE** JOURNÉE



Passer de passion à idée

Thème 1 : le choix de l'entreprise

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

**LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS**



PENSE À TES PASSIONS ET TROUVE TON IDÉE!

Détails : Les objectifs, les passions, trouver son idée et la valider, comment cibler une bonne idée, et s'entendre entre amis.

Démarrer sa propre entreprise, créer un produit, et propulser ses idées demande beaucoup d'énergie! Quand on est passionné par quelque chose, on trouve toujours l'énergie pour se motiver à aller plus loin. C'est pourquoi à la base de chaque aventure entrepreneuriale, il y a une grande dose de passion.



TES PASSIONS PEUVENT ÊTRE DANS TOUTES SORTES DE DOMAINES.

Remplis la grille afin de créer une liste de tes passions et réfléchis à la place que ces intérêts prennent dans ta vie. Tu pourras peut-être ensuite allier passion et projet entrepreneurial!

	MES PASSIONS	PEU DE MON TEMPS	SOUVENT DE MON TEMPS	TOUT MON TEMPS
PASSIONS SPORTIVES Ex. : je suis passionné.e d'équitation				
PASSIONS SCIENTIFIQUES Ex. : je me passionne pour les astres et le cosmos				
PASSIONS ARTISTIQUES Ex. : j'aime dessiner et peindre				
PASSIONS SOCIALES Ex. : j'adore faire du bénévolat auprès de personnes âgées				
AUTRE (S) PASSIONS (S) Ex. : j'adore les animaux!				

TRANSFORMER PASSION EN PROJET!

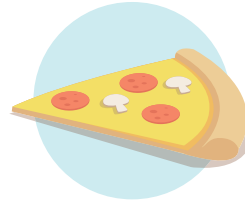
Choisis une de tes passions, puis fais une tempête d'idées de produits ou de services que tu pourrais créer par rapport à celle-ci!

MA PASSION :

Encerle tes meilleures idées

**À TON AVIS, TES QUALITÉS SERONT-ELLES MISES EN VALEUR
À TRAVERS LES IDÉES QUE TU AS CHOISIES?**

Oui/non. Si oui, quels traits de ta personnalité rayonneront dans ces projets?



TU VEUX DÉMARRER UN PROJET AVEC UN.E AMI.E?

Quels sont les traits de personnalité de ton ami.e qui seront mis en valeur dans votre projet?

Vos qualités sont-elles similaires? Oui/non.

Il est important de bien connaître les forces et les faiblesses de son ou sa partenaire entrepreneurial.e. Travailler seul permet d'aller plus vite, mais travailler en équipe permet souvent d'aller plus loin.

Choisis maintenant une idée (produit ou service) que tu aimerais entreprendre seul ou en équipe!

MON PROJET :

PROPOSITION DE VALEUR, VALIDATION AUPRÈS DE LA CLIENTÈLE

Un projet entrepreneurial n'est pas que bâti sur une passion!
Un produit ou un service répond aussi habituellement à un besoin ou résout un problème chez une clientèle cible.

Pour bien créer ton produit ou service, il faut bien réfléchir à cette solution et à la clientèle. C'est ce que l'on appelle la proposition de valeur. Ce sont les éléments importants que tu présenteras quand tu parleras de ton produit ou service.

EN GROS : QUEL IMPACT TON PRODUIT AURA-T-IL SUR TES CLIENTS?

Comme première étape, remplis le tableau suivant afin d'analyser ton offre (produit ou service) par rapport à ton client type et ses besoins.

Il y a 4 types de besoins. Pour bien les comprendre, voici un petit exercice.
Coche le type de besoin en lien avec chaque énoncé.

	FONCTIONNEL	ÉMOTIF	SOCIAL	DE BASE
A) J'AI DE LA DIFFICULTÉ À ME FAIRE DES AMIS.				
B) LE TOIT DE MA MAISON COULE!				
C) J'AI PEUR LE SOIR LORSQU'IL FAIT NOIR ET QUE JE REVIENS SEUL À LA MAISON...				
D) LE TOIT DE MA MAISON COULE!				

RÉPONSES : a) Social, b) De base, c) Fonctionnel, émotif et social, d) Fonctionnel

Comme tu peux le constater, un problème peut être de plusieurs types à la fois. C'est donc important de bien analyser afin de mieux comprendre et répondre aux besoins de la clientèle.

PRENONS L'EXEMPLE DU CLIENT QUI A PEUR LORSQU'IL FAIT NOIR LE SOIR.

Client type (persona) :	Type de problème/besoin (1 ou plus)	Élément(s) de la solution proposée	Résultat (Proposition de valeur)	Valeur ajoutée (autre(s) élément(s) qui surpasse le besoin du client)
Femme de 67 ans qui marche seule le soir				
Problème/besoin : Avoir peur, seul dans le noir, le soir	Fonctionnel (difficulté à effectuer un travail, une activité, une tâche, etc.) La noirceur rend la marche plus dangereuse	Utilisation de lampes frontales	« Raccompamis » offre une solution pratique et simple pour les gens seuls de tous âges permettant d'éviter les chutes, les accidents, diminuer la peur et le stress dus à la noirceur, et permettre la création de nouvelles amitiés intergénérationnelles	Écologique puisque fait la promotion du transport à pied au lieu d'utiliser les services d'un taxi
	Émotif (recherche de bonheur, d'amour, de calme, etc.) Impression de danger, besoin de sécurité	Être avec quelqu'un d'amical et sécurisant, formé en secourisme		
	Social (difficultés dans les relations humaines) Solitude	Avoir une discussion amicale lors du trajet. Établir une relation avec cette personne		
	De base (se loger, se nourrir, etc.)			

SOLUTION PROPOSÉE :

Service de raccompagnement et discussions amicales par des étudiants diplômés en secourisme avec lampes frontales



REMPLE MAINTENANT TON PROPRE TABLEAU. TU PEUX EN FAIRE UN PAR PRODUIT OU SERVICE QUE TON ENTREPRISE OFFRE, SI TU EN AS PLUS D'UN.

Client type (persona) :	Type de problème/ besoin (1 ou plus)	Élément(s) de la solution proposée	Résultat (Proposition de valeur)	Valeur ajoutée (autre(s) élément(s) qui surpasse le besoin du client)
Problème/besoin :	Fonctionnel	>		
	Émotif	>		
	Social	>		
	De base	>		



SONDAGE DE VALIDATION DE PROPOSITION

Maintenant que tu as mieux établi ta proposition, présente-la à quelques clients potentiels et vérifie leurs réactions. Note aussi leurs questions afin d'améliorer ton offre.

Nom du client potentiel	Est-ce que la proposition est claire?	Est-ce que l'offre répond à l'un de vos besoins?	Utiliserez-vous ce produit ou service?	Combien seriez-vous prêt à payer pour ce produit ou service?	À quelle fréquence achèteriez-vous ce produit ou utiliseriez-vous ce service?	Autres commentaires
	OUI / NON	OUI / NON	OUI / NON	\$		
	OUI / NON	OUI / NON	OUI / NON	\$		
	OUI / NON	OUI / NON	OUI / NON	\$		

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



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	\$ +
COÛT DE LA MATIÈRE PREMIÈRE	\$ =
COÛT 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

TEMPS DE PRODUCTION <i>(incluant emballage) :</i>	45 minutes
SALAIRES DE PRODUCTION <i>(incluant emballage) :</i>	1 (nombre d'employés) x 13,10 \$ (salaire minimum) / 60 x 45 minutes (temps de production) = 9,83 \$
NOMBRE D'UNITÉS PRODUITES :	30
COUT DE LA MATIÈRE PREMIÈRE :	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
COUT UNITAIRE <i>(Frais variables)</i>	0,47 \$ par biscuit 13,99 \$ / 30 biscuits



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



**Ça me prend des sous!
Qui? Comment? Combien?**

Thème 3 : le plan d'affaires (partie 2)

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

**LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS**



BUDGET ET ÉCHÉANCIER

Dans le thème 2, tu as calculé tes coûts variables et tes coûts fixes afin d'établir ton prix de vente et de trouver ta marge de profit.

Pour débiter l'aventure, tu auras besoin d'argent pour investir dans ton projet et acheter ce qui est essentiel pour ta production ou offrir ton service.

CALCULE TON BUDGET DE DÉPART :

	MONTANT
FRAIS VARIABLES (MATIÈRES PREMIÈRES, EMBALLAGE, SALAIRES, ETC.)	\$
FRAIS FIXES (ÉQUIPEMENT, SERVICES, PUBLICITÉ, ETC.)	\$
TOTAL	\$

Pour planifier de manière efficace, tu dois te questionner sur différents aspects :

Quand offriras-tu ton produit ou service?

- Lors d'un évènement (date précise)
- Vente en ligne (en continu)
- Pour une période déterminée (d'une date précise à une autre)



Quel est ton objectif de production ou d'offre de service (en quantité ou en fréquence)?

.....

Quand feras-tu les achats nécessaires pour ta production ou offrir ton service?

- Date précise
- En partie à une date précise, puis au fil de la production ou de l'offre de service
- À chaque commande/demande

As-tu les fonds requis pour ton démarrage ou auras-tu besoin d'investisseurs pour te prêter de l'argent?

- J'ai les sous
- J'ai une partie des sous et je trouverai des investisseurs pour la différence
- Je trouverai les sous en présentant mon idée à des investisseurs





PLANIFICATION

Crée un échéancier sur la ligne du temps de la page suivante.
Établis qui, quand et comment tu feras chaque étape de ton projet.

VOICI CERTAINES TÂCHES À INCLURE :

- Finaliser et valider budget (couts, prix, marge de profit, objectifs)
- Trouver investisseurs
- Sonder la clientèle potentielle
- Faire tests de production ou de service
- Créer logo et image de marque
- Acheter matières premières et équipement
- Production
- Publicité
- Vente



LIGNE DU TEMPS



DATE							
TÂCHES							
PERSONNE RESPONSABLE							
NOTES							

Bien planifier est fort important quand on démarre une entreprise. Garde cependant à l'esprit que les imprévus font partie de l'aventure, et qu'il est possible que tu doives repenser ton emploi du temps.

ASSURE-TOI QUE TON ÉCHÉANCIER TE LAISSE SUFFISAMMENT D'ESPACE POUR DES ÉLÉMENTS COMME :

- Trouver des investisseurs supplémentaires
- Refaire une partie de la production suite à une problématique
- Refaire des tests de produits
- Faire une étude de marché supplémentaire suite à des changements dans ton offre
- Faire plus de publicité



Il est normal que ton idée et ton produit évoluent avec le temps. Il faut donc aussi prévoir du temps pour apporter des améliorations à ton projet lorsque tu auras de nouvelles idées ou des commentaires de personnes qui t'entourent.

Le parcours DE LA GRANDE JOURNÉE



Passer de l'idée à l'action!

Thème 4 : La mise en œuvre du plan d'affaires

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

**LA GRANDE
JOURNÉE
DES PETITS
ENTREPRENEURS**

VENdre SON IDÉE : CRÉER UN PITCH QUI FRAPPE!

Un pitch de vente est une très courte présentation de ton entreprise, ton produit ou ton service. Sans aller dans les détails, cette présentation donne une bonne idée de qui tu es en tant qu'entrepreneur, tes motivations, et ton projet.

	EXEMPLES	TON PITCH
PRÉSENTE-TOI (NOM, ÂGE, RÉGION)	Bonjour, je m'appelle Catherine, j'ai 14 ans et j'habite à Québec.	
NOMME ET PRÉSENTE TON ENTREPRISE	Mon entreprise se nomme les Biscuits CuiCui, je fais et vends des biscuits pour nourrir les oiseaux à base de beurre d'arachides et de graines.	
PRÉSENTE TON PRODUIT OU SERVICE	Les biscuits Cuicui sont entièrement naturels, bons pour les oiseaux et pratiques puisqu'on peut facilement les suspendre à un arbre.	
EXPLIQUE À QUEL PROBLÈME OU QUEL BESOIN IL RÉPOND	J'ai eu cette idée parce que plusieurs personnes comme moi aiment observer les oiseaux, mais ne peuvent pas facilement installer une mangeoire dans les arbres.	
TERMINE AVEC UN APPEL À L'ACTION :	<ul style="list-style-type: none"> • Aidez-moi à démarrer mon projet en investissant • Venez m'encourager lors de La grande journée! • Suivez-moi sur les réseaux sociaux et parlez de mon entreprise à d'autres / Etc. 	

Pour avoir un bon pitch, il faut PRATIQUER souvent. Exerce-toi seul, filme-toi ou présente ton pitch à d'autres personnes dans ton entourage. Écoute leurs conseils. Ils t'aideront à l'améliorer.



POUR AVOIR UN BON PITCH, IL FAUT PRATIQUER SOUVENT

Exerce-toi seul, filme-toi ou présente ton pitch à d'autres personnes dans ton entourage. Écoute leurs conseils. Ils t'aideront à l'améliorer.

ASTUCES DE PRÉSENTATION

- Prends ton temps.
- Pratique-toi pour avoir l'air calme et confiant
- Évite les mots et les phrases trop compliqués
- Souris et sois fier(e) de toi



ALLER CHERCHER DE L'AIDE

Maintenant que tu as bien pratiqué ton pitch, mets-le en œuvre.

Il peut te servir pour trouver différents types d'aide :

- Aide financière : quelqu'un que tu convaincras de te prêter ou te donner des sous
- Aide à la production : quelqu'un qui te donnera de son temps pour t'aider dans la fabrication ou l'administration de ton entreprise
- Aide professionnelle : quelqu'un qui te conseillera, répondra à des questions dans son champ d'expertise, ou sera ton mentor.

**LISTE LES PERSONNES À QUI TU PRÉSENTERAS TON PITCH ET COCHE
QUEL TYPE D'AIDE ILS POURRAIENT T'OFFRIR**
(précise au besoin leur expertise).

Nom	Aide financière	Aide à la production ou à l'administration	Aide professionnelle

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



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.

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 près 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 :	Texto, 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:

TOTAL:

PRIX (\$):

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?

.....

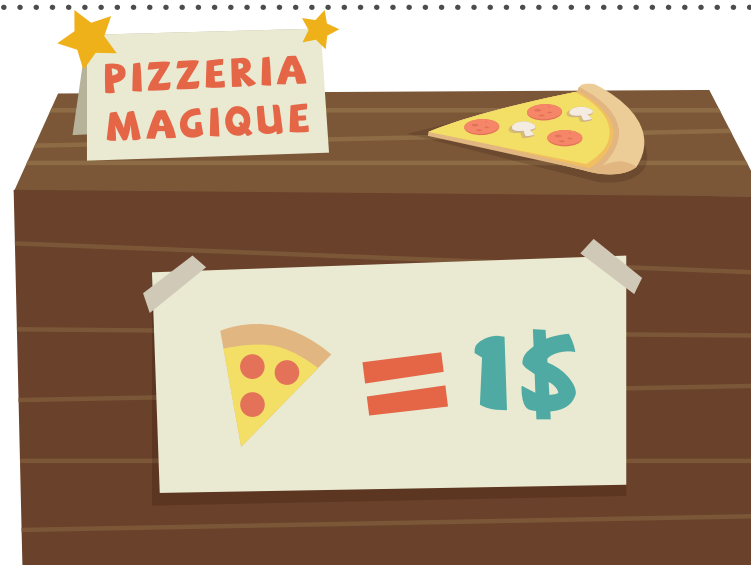
PROCHAIN KIOSQUE

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

