



JA  
Côte d'Ivoire

Member of JA Worldwide

**MANUEL DE L'ÉLÈVE**  
**PROGRAMME MINI-**  
**ENTREPRISE JA ASSOCIÉ À**  
**LA GESTION DE PROJET**

# INTRODUCTION ET REMERCIEMENTS

Ce manuel est conçu pour vous guider, vous et vos collègues, dans l'apprentissage de l'entrepreneuriat grâce à l'expérience de la mini-entreprise JA et à l'application des processus, des compétences et des concepts de la gestion de projet. À la fin de chaque module, vous recevrez des modèles pour vous guider dans la mise en application de vos projets de mini-entreprise.

JA Africa est reconnaissant au Project Management Institute for Education Foundation (PMIEF) pour le financement et la mise à disposition des ressources de gestion de projet pour entreprendre cette mise à niveau du programme de mini-entreprise JA. Nos remerciements particuliers à M. Matthew Kwasiborski, qui a été la personne ressource principale du PMIEF sur ce projet d'intégration. JA Africa remercie également M. Bernardo Tirado et Mme Michelle Armstrong, les chargés de relations du partenariat JA-PMIEF.

Ce manuel a été élaboré par M. Miracle Gavor et toute son équipe de développeurs de programmes d'étude.

Pour soumettre des commentaires ou recommander des mises à jour pour ce manuel, veuillez envoyer un e-mail à [info@ja-africa.org](mailto:info@ja-africa.org)

**CE MANUEL APPARTIENT A :**

KOUMAV KOUASSI STANISLAS

(Votre nom)

## SEMAINE 1:

# INTRODUCTION AU PROGRAMME MINI-ENTREPRISE

## 1. Aperçu du programme mini-entreprise

Réunion  
d'équipe  
/ session de  
travail des  
élèves

- Discuter du concept du programme mini-entreprise
- Discuter des rôles de l'équipe de direction
- Discuter des valeurs de l'entreprise
- Proposer un nom d'entreprise
- Discuter du plan de capitalisation de l'entreprise
- Discuter du concept d'un projet de production
- Remplir le questionnaire de l'enquête préliminaire

## Introduction (de quoi parle cette leçon ?)

La session met également en évidence les concepts clés pour le démarrage d'une entreprise tels que le leadership, les valeurs, la vision et la mission d'une entreprise. En outre, les sessions mettront en évidence des compétences telles que la gestion de projet, la communication, la collaboration, la pensée critique et la conception. Il vous sera également demandé d'accomplir plusieurs tâches pour terminer une session.

Le programme mini-entreprise est un programme dirigé par les élèves. Nous encourageons les élèves à se porter volontaires pour animer des sessions. Toutefois, pour les quatre premières réunions ou plus, un formateur orientera les débats. Cette approche permet au formateur de vous fournir les informations et les orientations nécessaires à la gestion de l'entreprise, vous préparant ainsi adéquatement à prendre la relève. Lors de la sixième session (la réunion du conseil d'administration), les rôles sont inversés, vous et vos collègues dirigez la réunion tandis que le formateur donne des orientations et des conseils. Il est important pour nous de vous responsabiliser et de vous encourager à prendre le contrôle de votre propre entreprise.

Pour renforcer votre apprentissage de la gestion de projet, un vrai projet est mis en place après la sélection du produit au cours de la semaine 5. Ce projet favorisera un bon cadre de production et la création d'une quantité suffisante de produits pour l'atteinte des objectifs de vente. Le projet se terminera à la semaine 8 avec la présentation du produit final au reste de l'équipe de production, et le bilan de l'expérience se fera avec l'exercice « enseignements tirés ».

Manuels de l'élève : Les Manuels (Manuel du programme mini-entreprise et le Manuel d'introduction à la gestion de projet pour les jeunes) détaillent vos responsabilités tout au long du programme mini-entreprise et seront utilisés à chaque session. Veuillez-vous assurer de l'avoir avec vous à chaque session. Veuillez écrire votre nom dans votre manuel si vous ne l'avez pas encore fait.

## Gérer votre mini-entreprise comme un projet

Vous vous familiariserez avec le plan de travail en matière de gestion de projet en lisant le manuel de l'élève. Vous recevrez une assistance pour mieux comprendre ce processus, remplir les documents de projet et mener à bien votre projet. Pour rendre cette expérience aussi réelle que possible, nous avons intégré la gestion de projet dans votre programme d'enseignement de l'entrepreneuriat. Vous trouverez le résumé détaillé de chaque tâche dans ce Manuel de l'élève. Vous commencerez votre projet d'entreprise ou de société en lançant et en planifiant des activités à partir du Manuel de l'élève sur la gestion de projet. Une fois les plans terminés, vous les passerez en revue avec votre formateur, puis vous commencerez à exécuter les activités de ce programme dans la vraie vie!

## Objectifs

À la fin de cette session, vous devez :

1. Connaître le programme de votre mini-entreprise et les réunions d'entreprise
2. Effectuer les tâches assignées lors de la session
3. Examiner l'ensemble des départements pour comprendre les différents rôles au sein d'une entreprise.
4. Vous familiariser avec les procédures de conversion des actions en parts sociales
5. Participer aux activités pour briser la glace et aux activités de leadership

Tous les fiches (telles que la fiche d'opportunité commerciale, la fiche du formulaire de vente et l'approbation du produit se retrouvent à l'annexe de ce Manuel). N'oubliez pas de vous référer à l'annexe pour retrouver tout exemplaire que vous ne trouverez pas dans le contenu du cours. Vous pouvez également utiliser les indices pour localiser ce que vous recherchez.

## Sur Junior Achievement (JA)

Junior Achievement (JA) est l'une des plus grandes organisations mondiales à but non lucratif dont l'objectif est de donner aux jeunes les moyens de s'approprier leur réussite économique. JA dispense des programmes d'enseignement des affaires et de l'économie aux élèves en milieu scolaire. JA dispose de bureaux dans plus de 120 pays à travers le monde.

Junior Achievement Côte d'Ivoire (JA Côte d'Ivoire) fait partie de Junior Achievement Worldwide (JAWW), la plus grande organisation d'éducation économique à but non lucratif au monde et celle qui connaît la croissance la plus rapide, avec un réseau de 120 pays dont la mission est d'inspirer et de préparer les jeunes à réussir dans un contexte économique mondial. Les programmes JA aident les jeunes à apprécier et à mieux comprendre le rôle des entreprises dans la société. Avec le soutien et les conseils de consultants bénévoles issus du monde des affaires local.

# Connaître le programme de votre mini-entreprise et les réunions d'entreprise

Le programme de formation comprend des cours de commerce, d'entrepreneuriat, de gestion de projet et d'économie destinés aux élèves du lycée. Le programme met un accent particulier sur le contenu commercial tout en insistant sur les sciences sociales, les mathématiques, la lecture et l'écriture ainsi que sur les compétences de développement personnel telles que la planification, la gestion des personnes et la budgétisation. La participation au programme intégré mini-entreprise renforce le programme d'études des élèves. Les élèves sont appelés à faire preuve d'un esprit novateur pour acquérir des compétences en matière de commerce et de gestion qui leur permettront d'adopter une attitude positive pour explorer et améliorer leurs aspirations professionnelles.

Grâce à une variété d'activités pratiques conçues pour soutenir différents styles d'apprentissage, les élèves acquièrent une meilleure compréhension de la relation entre ce qu'ils apprennent à l'école et leur participation positive à l'économie mondiale.

L'objectif du programme est de développer une compréhension de l'entreprise et des affaires, ainsi que de l'esprit d'entreprise, et de donner aux jeunes un aperçu de ce qu'il faut pour gérer une petite entreprise, tout en leur fournissant une expérience pratique et réelle des activités des petites entreprises.

Les résultats du programme sont indiqués ci-dessous :

- Améliorer le niveau d'employabilité des jeunes, scolarisés ou non, qui souhaitent trouver un emploi.
- Améliorer la capacité des jeunes à intégrer l'enseignement supérieur, en particulier dans les domaines des affaires, de la gestion et du commerce.
- Encourager et soutenir les jeunes qui souhaitent travailler à leur compte.
- Enseigner les compétences et les concepts de la gestion de projet à des lycéens.

## Méthodologie

Les mini-entreprises se réunissent une ou deux fois par semaine pour couvrir la totalité ou une partie d'une session de 3 heures. Au total, il y a 13 sessions à couvrir tout au long des semaines que dure le programme. Durant cette période, le groupe réalisera les activités suivantes :

- Sélection de produit, service ou activité de vente au détail ;
- Élection des membres de la direction ;
- Planification du processus de production, livraison des services ou vente au détail ;
- Fixation du prix final des produits ou services ;
- Contrôle financier de la production, de la livraison ou de la vente au détail.

## Règles et exigences du programme

Ce programme est régi par les règles suivantes :

- Vous serez exclu du programme si vous êtes absent à plus de trois séances.
- Chaque étudiant est tenu de participer activement aux activités de sa mini-entreprise.
- Les étudiants qui manquent à leurs responsabilités dans leur mini-entreprise dans le programme ne recevront pas leur certificat à la fin de la formation JA et
- Les téléphones portables doivent être éteints pendant les sessions du programme.
- Les étudiants qui abandonnent le programme doivent rendre tous les stocks, l'argent et le matériel du programme en leur possession.

# Obtention du certificat à la fin programme d'entreprise JA

Vous devrez satisfaire à des exigences spécifiques pour obtenir le certificat du programme. Il s'agit notamment :

- Remise d'un journal de réflexions personnelles entièrement rempli ;
- Un taux de participation de 70% au moins aux sessions du programme (et pas plus de trois absences) ;
- En cas d'absence à une session, il est obligatoire d'envoyer une lettre de votre professeur ou de vos parents ;
- Vendre sa part du calcul du seuil de rentabilité. Par exemple, si le calcul du seuil de rentabilité montre que chaque élève doit vendre 3 produits, cette exigence doit être respectée pour obtenir son certificat à la fin du programme ;
- Participation active à toutes les activités du programme ;
- Tout élève qui doit de l'argent à sa mini-entreprise, que ce soit sous forme d'amendes, d'actions invendues ou de liquidités non remboursées, ne peut recevoir son certificat à la fin du programme.

## Journal de réflexions personnelles

L'une des exigences pour obtenir le certificat du programme JA Entreprise est de soumettre un journal de réflexions entièrement rempli à la fin du programme. Le journal a été conçu pour vous aider à examiner d'un œil critique votre croissance et votre développement personnels tout au long du programme. La capacité à procéder à une autoréflexion est une compétence essentielle qui vous sera utile tout au long de votre vie.

Le journal dûment rempli doit être remis à votre coordinateur. Sans cela, vous ne recevrez pas votre certificat. Vos journaux vous seront rendus après avoir été certifiés et resteront confidentiels. On peut utiliser des cahiers d'exercices ou même des feuilles de papier. N'oubliez pas d'écrire votre nom sur les feuilles que vous utilisez.

## Règles et exigences du programme

Comme précédemment mentionné, le programme simule la création de sociétés où vous et vos collègues apprendrez et adopterez des pratiques pour gérer vos entreprises JA. Les réunions d'entreprise sont organisées pour améliorer la communication au sein d'une entreprise - et donc pour améliorer les performances globales de l'entreprise. Elles constituent une occasion importante pour les membres de votre équipe de donner des idées, de discuter des problèmes et de faire des suggestions. Par ailleurs, les réunions sont un moment important pour informer toutes les personnes concernées sur le fonctionnement des différents départements de l'entreprise. Votre facilitateur vous indiquera à quel moment vous devrez former des équipes d'entreprise, mais il est important de noter les points suivants :

- Pour garantir l'efficacité des réunions, il ne faut pas qu'elles soient désordonnées et sans structure ;
- Assurez-vous que les réunions sont efficaces et que tous les domaines de performance de l'entreprise sont abordés, toutes les réunions se déroulant selon un certain format ;

La procédure est la suivante :

### Ordre du jour :

Déterminez l'objectif de la réunion et établissez l'ordre du jour, c'est-à-dire la liste des points à aborder lors de la réunion de votre entreprise. Les points qui peuvent être abordés sont les suivants :

- Un examen des performances de l'entreprise ;
- Planification des activités ;
- Résolution des problèmes ;
- Remplir le rapport sur le niveau d'avancement du projet (page 49).

L'ordre du jour est généralement disponible avant la réunion afin que les participants aient la possibilité de préparer les sujets qu'ils souhaitent aborder lors de la réunion.

### Conduite de la réunion

Le président de séance (généralement le directeur général) préside la réunion.

### Procédure de la réunion :

- Il/elle ouvre la réunion ;
- À compter de ce moment, chacun doit s'adresser uniquement au président de séance ou lui demander la permission de s'adresser à quelqu'un d'autre ;
- Les questions sont abordées conformément à l'ordre du jour ;
- Un représentant du département des ressources humaines lit le procès-verbal de la réunion précédente. Si tout le monde est d'accord pour dire qu'il s'agit d'un compte rendu exact de ce qui a été dit lors de la dernière réunion, le président approuve le procès-verbal ;
- Chaque responsable présente ensuite un rapport sur son secteur d'activité ;
- Ensuite, il y a du temps pour les commentaires des autres membres ;
- Au besoin, des décisions sont prises. Si un consensus ne peut être atteint, la question peut être soumise à un vote ;
- Le directeur général rend compte de la Fiche de contrôle ;
- Pour finir, il y a un moment réservé aux questions générales où chacun peut discuter de tout autre sujet qu'il souhaite évoquer.

### Procès-verbal des réunions

Ce rôle relève du département des ressources humaines. Le procès-verbal est un résumé écrit de la réunion. Il constitue un compte rendu des décisions prises lors de la réunion. Lors de la lecture à la réunion suivante, vous pouvez vérifier si les décisions ont été exécutées.

## Les tâches (quelles activités vous et vos collègues devez faire ?)

- La sélection des membres de l'équipe ;
- La formation de l'équipe ;
- L'identification des valeurs, de la vision et de la mission de l'entreprise ;
- La mobilisation de fonds pour l'entreprise ;
- Le choix d'un nom pour l'entreprise ;
- Création d'un leadership d'entreprise.

# Valeurs, vision et mission de l'entreprise

## Valeurs

Définir les valeurs, la vision et la mission constitue le cœur de toute entreprise et de ses procédures de fonctionnement. Avec votre équipe, vous allez définir aujourd'hui les valeurs de votre entreprise. Néanmoins, vous pouvez décider avec les membres de votre entreprise d'attendre d'avoir sélectionné un produit pour déterminer la mission officielle et la déclaration de vision de votre entreprise JA. Vous devez avoir formulé votre mission et votre vision au plus tard à la sixième réunion (la première réunion du conseil d'administration).

Le système de valeurs de toute entreprise constitue un ensemble de normes de conduite et d'éthique auxquelles ses employés se tiendront eux-mêmes et leurs collègues responsables au cours de ce programme. Un ensemble concret de valeurs au sein de l'entreprise aide les employés à déterminer les politiques et stratégies commerciales, y compris la manière de coopérer et d'interagir avec leurs collègues et autres.

Votre formateur vous guidera dans une activité d'exploration de vos valeurs personnelles et de celles de votre entreprise, dont vous discuterez en détail avec vos coéquipiers lors des réunions d'entreprise.

## Vision et mission

Les énoncés de vision et de mission guident une entreprise dans ses processus décisionnels. Une vision d'entreprise est généralement quelque chose qui est tout simplement hors de portée. Il représente un idéal, où l'entreprise veut aller et ce qu'elle veut être. À bien des égards, c'est le rêve de l'entreprise.

Par exemple, la vision de JA Worldwide est la suivante : "Éduquer et inspirer les jeunes à valoriser la libre entreprise, le commerce et l'économie pour améliorer la qualité de leur vie." Cet exemple a pour but de vous aider, vous et vos collègues, à définir la vision de votre entreprise.

Un énoncé de mission est un plan concret qui décrit comment réaliser la vision de l'entreprise. Par exemple, la mission de JA Worldwide est : "Garantir que chaque enfant a une compréhension fondamentale du système de libre entreprise".

Les énoncés de mission expliquent clairement ce qu'une entreprise cherche à accomplir au jour le jour et sur le long terme. Un actionnaire potentiel peut lire la vision et la mission d'une entreprise et comprendre ce qu'elle cherche à accomplir et comment elle y parviendra.

# Capitalisation de l'entreprise

- Votre formateur vous invitera à lire le chapitre sur la capitalisation de l'entreprise et la vente d'actions : la procédure de base se trouve à la page 9 de ce Manuel de l'élève.
- Assurez-vous de poser à votre formateur toute question que vous pourriez avoir concernant ce chapitre. Assurez-vous de bien comprendre les procédures de vente des actions de la société.
- Toute nouvelle entreprise, y compris la vôtre, a besoin de fonds de démarrage. Pour les mini-entreprises JA, cela se fait en vendant des actions de la société au public pour 1000 FCFA / 2 \$ chacune. Cette approche permet aux employés, amis et parents de participer à la propriété et au succès de l'entreprise.

Après la deuxième réunion, vous et vos collègues commencerez à vendre des actions. Toutes les ventes d'actions se terminent lors de la sixième réunion, lorsque la mini-entreprise JA approuve son plan d'affaires et démarre la production. À cette période, tout le capital initial doit avoir été réuni.

Les certificats d'actions JA sont similaires aux actions normales. Ils représentent une partie de la propriété de l'entreprise et donnent le droit de vote. Par conséquent, tous les employés doivent posséder une part d'actions pour siéger au Conseil d'administration.

Lorsque l'entreprise JA clôture ses activités, ses bénéfices sont répartis entre les actionnaires en calculant la valeur comptable de leurs actions. La valeur comptable est le montant du dividende qui est distribué à tous les actionnaires après le paiement de toutes les factures de l'entreprise, impôts, salaires et traitements, dons de bienfaisance, primes ainsi que la location du bureau local de JA.

## Vente d'actions : Procédure de base

Vous et vos associés devez être prêts à fournir les informations suivantes aux investisseurs potentiels :

- Expliquer que vous vendez des actions dans une mini-entreprise Junior Achievement. Insister sur le fait qu'il s'agit d'une opportunité éducative pour vous et vos collègues de diriger puis de liquider votre propre entreprise ;
- Préciser que chaque action coûte 1000 FCFA / 2 \$ ;
- Expliquer que le profit ou le retour sur investissement n'est pas garanti, mais que la plupart des gens récupèrent leur investissement de 1000 FCFA / 2 \$ ;
- Plus un dividende en actions.

Le Département des ressources humaines est responsable de la distribution des certificats d'actions à tous les employés de l'entreprise. Il y a 75 certificats d'actions fournis dans le kit à des fins de capitalisation. L'objectif est d'acquérir 75.000 FCFA / 150 \$ comme fonds de démarrage. Votre formateur déterminera la manière la plus équitable de distribuer les certificats d'actions entre vous et vos collègues.

Veillez noter que chaque employé doit remplir un certificat d'actions et une carte d'information pour les actionnaires pour chaque vente. Vous et vos associés devez présenter le certificat d'actions à l'actionnaire et remettre chaque carte d'information de l'actionnaire au directeur des ressources humaines.

Le directeur des ressources humaines est responsable de l'enregistrement du numéro de certificat d'actions sur l'enveloppe du registre des actionnaires au fur et à mesure que les certificats sont distribués aux employés de l'entreprise. L'argent de la vente d'actions est remis au directeur financier.

## Nom de l'entreprise

À ce stade, vous et vos collègues devez avoir une meilleure compréhension des valeurs, et de la vision et de la mission d'une entreprise. Bien que vous ne sachiez pas quel sera votre produit parce que vous n'avez pas encore créé l'entreprise de façon formelle (ensemble) ni occupé de postes de direction, n'oubliez pas que vous devrez choisir un nom d'entreprise.

Votre formateur vous fera participer à une brève discussion sur la création d'un nom de société.

Que représente un nom ?

Est-il préférable de choisir un nom d'entreprise qui évoque une personne, un lieu ou une culture ? Est-ce une idée bonne ou intelligente ? Le nom suggère-t-il une autorité ou un sentiment ? L'image est importante ; en effet, le type d'image que vous souhaitez projeter à votre marché cible est vital pour votre réussite.

Le nom d'une entreprise doit inspirer la confiance et donner une impression de professionnalisme. Mais la reconnaissance du nom est plus que cela : le nom de votre entreprise doit être facile à mémoriser et se démarquer. Par exemple Dangote est un exemple très probant d'une des nombreuses entreprises qui ont décidé que le concept du "nom de son propriétaire" pouvait être utilisé comme un identifiant efficace pour une reconnaissance publique positive.

Au cours du processus de sélection, pensez à des exemples d'entreprises qui ont choisi des noms uniques. Prenons l'exemple de Coca-Cola : cette société internationale de boissons, qui connaît un grand succès, a donné une tournure unique à sa méthode de valorisation de la marque. Bien que la marque ait été développée aux États-Unis, elle véhicule une image haut de gamme, importée et rafraîchissante. Cependant, le nom a été tiré de ses principaux ingrédients.

Des noms beaux et/ou intelligents peuvent jouer en faveur ou en défaveur d'une entreprise. Par exemple, nommer une chaîne de restaurants "Big Daddy's" est peut-être astucieux, mais ce nom n'est pas du tout accrocheur. En revanche, la chaîne de magasins "Shoprite" et "Mr Price", avec son beau nom et ses techniques de marketing intelligentes, a réussi à lancer de nouvelles succursales depuis des décennies.

Les slogans ou les logos peuvent également être utilisés pour clarifier l'objectif, créer une image positive et susciter une identification immédiate du produit. Le slogan "Everywhere you go" de MTN, "So much more" de DSTV, "Pride of Africa" de Kenyan Airways ont respectivement bien fonctionné pour leurs propriétaires. Et l'étoile de un nom et une image à travers un logo.

Lorsqu'une entreprise est achetée ou vendue, un actif appelé "actif incorporel" constitue une partie importante de la transaction. L'actif incorporel est fonction de la réputation de l'entreprise. Le nom de l'entreprise est un concept similaire ; il s'agit d'un actif incorporel que le public associe à cette entreprise en particulier.

## Direction de l'entreprise

Travailler en équipe signifie que vous et votre équipe allez créer et gérer une mini-entreprise JA. Sachez que dans une entreprise, il existe plusieurs types de dirigeants. Chaque directeur de département est indispensable au succès de l'entreprise. Pour former une équipe efficace, il est conseillé de s'attacher à mettre en valeur les points forts de chacun en prenant des rôles qui les complètent le mieux. Votre mini-entreprise JA sera composée de cinq départements. À l'issue de cette session, vous devez identifier le département que chacun souhaite intégrer. Utilisez la fiche de présentation des départements pour examiner le rôle général de chaque département et de chaque responsable.

La cohésion de l'équipe permet également de solidifier l'ensemble de l'équipe et d'accroître votre efficacité collective.

Pensez à utiliser l'une des activités de leadership suivantes pour améliorer votre apprentissage.

## Activités de leadership

Comment les rôles nous permettent de nous construire

Après cette activité, votre formateur dirigera une brève discussion sur les différents rôles que vous avez joués au cours de votre parcours professionnel. Vous allez bientôt réaliser que le leadership se manifeste de diverses manières et sous plusieurs styles.

Session pour briser la glace

Votre formateur vous guidera ensuite dans une activité qui vous permettra d'en savoir plus sur vos autres collègues, sur les leaders africains et même sur vous-même ! Soyez prêt à apprendre !

Qui est un leader ?

N'hésitez pas à partager vos idées et à écouter celles des autres sur les opinions suivantes :

- On naît leader.
- Les leaders ont un titre ou un haut rang.
- Les leaders sont bruyants et dynamiques.

La vérité est qu'il existe divers styles de leadership que les leaders utilisent et qui donnent différents résultats. Assurez-vous de savoir où vous vous situez en tant que leader, directeur ou membre de l'équipe et donnez le meilleur de vous-même pour l'équipe.

N'oubliez pas de vous référer à la fiche de présentation des départements pour visualiser les différents postes au sein de l'entreprise, ainsi que les responsabilités et les tâches qui leur incombent. Il est bon de commencer à réfléchir à la place que vous allez occuper et au rôle qui vous rendra le plus efficace.

Lisez les décisions ! Décisions ! Décisions ! Afin de mieux comprendre comment choisir le rôle dans lequel vous souhaitez servir.

### DECISIONS ! DECISIONS ! DECISIONS !

Avez-vous déjà regardé le "générique" défiler à la fin d'un film ? Le générique énumère toutes les personnes - acteurs et actrices, scénaristes, producteurs, réalisateurs, cameramen, monteurs, maquilleurs, et bien d'autres - qui ont collaboré à la production du film. Vous pourriez penser qu'une entreprise cinématographique est particulière, mais presque toutes les entreprises qui réussissent reposent sur les efforts combinés et les compétences et talents variés de ses employés.

Même une équipe sportive performante a besoin de plus que des athlètes exceptionnels. Les entraîneurs, les formateurs et autres membres du personnel travaillent en coulisse pour s'assurer que les athlètes restent en bonne santé et en bonne forme physique. Les managers, les avocats, le personnel chargé du marketing et des relations publiques et d'autres professionnels tiennent à jour les dossiers financiers de l'équipe, planifient les campagnes de marketing et effectuent d'autres tâches connexes qui contribuent toutes au succès sportif.

Consultez la fiche de présentation des départements. Elle détaille la manière dont votre mini-entreprise doit être structurée et fournit une liste des documents que chaque département devra gérer. La fiche identifie les postes électifs, ainsi que les différentes vacances de postes disponibles pour ceux qui veulent postuler.

Au cours de la deuxième réunion, vous et vos collègues découvrirez également les responsabilités spécifiques de chaque département. Ce sera également le moment où se déroulera le vote pour les différents postes.

Votre formateur vous fournira un formulaire de demande d'emploi, dans lequel vous devrez détailler votre intérêt pour un poste spécifique en ajoutant les raisons pour lesquelles vous pensez être le meilleur candidat pour ce poste.

Soyez prêt, lors de la prochaine réunion, à faire un discours d'une à deux minutes décrivant pourquoi vous voulez ce poste.

N'oubliez pas que toutes les candidatures doivent être déposées avant la fin de la réunion.

## **Clôture de la session**

À la fin de la session, vous devez :

- Avoir décidé si vous vous présentez aux élections, préparez un discours d'une minute.
- Avoir écrit les valeurs, la vision et la mission de votre entreprise dans un bloc-notes, prêt pour votre première réunion d'entreprise.

Avant de poursuivre, consacrez 20 minutes à répondre aux questions de l'enquête préliminaire qui seront partagées par votre formateur.

Semaine 2 :

## Équipe de direction et plan d'affaires de l'entreprise

### 2. Aperçu de l'équipe de direction et du plan d'affaires

Réunion  
d'équipe /  
session de  
travail des  
élèves

- Participer à l'élection des membres de la direction
- Identifier votre rôle au sein de l'entreprise

## Introduction (de quoi parle cette leçon ?)

Vous serez initiés aux fonctions de gestion dans une entreprise classique ainsi qu'aux différents rôles et responsabilités des départements et des dirigeants respectivement. Dans le cadre de cette activité, vous procéderez à l'élection des dirigeants et découvrirez les responsabilités spécifiques de chaque département au cours des différentes étapes du programme.

## Objectifs

À la fin de la leçon, vous devez

- En savoir plus sur les différents rôles de gestion dans les entreprises JA.
- Sélectionner les postes pour lesquels vous vous présentez.
- Faire votre discours et votez pour les directeurs de votre choix pour les différents postes.
- Recevoir la description des fonctions du poste auquel vous êtes élu
- Comprendre les clés pour être un directeur et un employé efficace
- Faire la différence entre diriger et gérer
- Identifier les différentes composantes d'une opportunité d'affaires.
- Identifier les responsabilités de votre département.
- Approuver la Charte et les statuts de l'entreprise
- Initier un plan de capitalisation d'entreprise.

## Les tâches (dans quelles activités vous et vos associés allez-vous vous engagés ?)

Vous devez

Commencer à vendre des actions.

- Observer votre communauté locale (école, ville, etc.). Réfléchir à des produits potentiels sur la base de ces observations. Réfléchir aux méthodes de production possibles et aux fonctions de chaque département.
- Les directeurs de départements doivent lire, évaluer les responsabilités, et examiner les rôles de leur département et répondre à toute question lors de la prochaine réunion.
- Envoyer la charte et les statuts d'entreprise dûment remplis et signés.

Au début de cette session, votre formateur invitera tous les candidats à un poste de direction dans l'entreprise à prononcer leur discours.

Après les discours et le vote, votre formateur annoncera les résultats et communiquera également à tous les participants le département dans lequel chacun aura été affecté. Les affectations sont faites en fonction des demandes d'emploi présentées lors de la première session.

Maintenant, en compagnie de vos associés nouvellement nommés, examinez ensemble les Statuts et la Charte de votre mini-entreprise. Vous pouvez choisir d'apporter des modifications aux statuts et la Charte de la société afin de les adapter à votre entreprise. Les étapes suivantes concernant l'application des Statuts et la Charte doivent être suivies. En compagnie de vos associés, lisez attentivement les Statuts et le charte ci-dessous.

Votre formateur vous distribuera des copies préalablement préparées de la Charte et des statuts.

Consacrez environ 5 à 10 minutes à vous et vos collègues pour discuter des informations. Si aucun amendement n'est nécessaire, procédez par vote à l'approbation de la charte et des statuts. Un vote à la majorité est requis pour l'approbation de la charte et des statuts. Si l'entreprise décide de modifier la charte et les statuts, le département des ressources humaines sera responsable de noter tous les amendements. Une fois les textes approuvés, le département des relations publiques est responsable de l'impression de la version finale et de l'obtention des signatures de chaque employé de l'entreprise présent. Le département des relations publiques doit remettre au bureau local JA les documents signés ainsi que la Charte contenu dans le kit de formation.

Vos associés et vous pouvez commencer les activités de collecte de fonds notamment en vendant des actions pour réunir le capital initial nécessaire. Familiarisez-vous avec les procédures de vente contenues à la page 42 de ce Manuel. Vos collègues et vous devez vous adresser à votre formateur si vous avez besoin d'aide pour comprendre ce processus, remplir les formulaires et relever les informations nécessaires.

Passer en revue les informations sur les rôles et les responsabilités des responsables de l'entreprise ci-dessous. Votre formateur sera disponible pour aider les cadres de votre entreprise si vous avez besoin d'aide pour mener vos premières réunions de service.

N'oubliez pas que votre réunion de département doit couvrir certaines de ces tâches : le nom de votre entreprise, la vision et la mission de l'entreprise, le partage des tâches pour la réalisation des efforts de collecte de fonds ainsi que les premières idées concernant le produit de votre entreprise. Pour cela, il faut se fixer une série d'objectifs et leur assigner des personnes et des échéances.

## Rôles des directeurs

L'entreprise est composée de cinq départements : Marketing, Finances, Ressources humaines, Production et communication ou Relations publiques. Le rôle de chaque directeur est détaillé ci-dessous :

### Directeur général : Rôle et responsabilités

La tâche la plus importante est de superviser et de diriger votre mini-entreprise JA. Votre rôle sera probablement l'aspect le plus visible de l'entreprise auprès du public et de vos collègues. C'est un travail qui doit être pris avec le plus grand respect. Les fonctions du directeur général d'une entreprise comprennent la gestion des affaires courantes, la préparation de l'ordre du jour des réunions, la conduite des réunions du conseil d'administration, la rédaction de la lettre aux actionnaires, et assurer la direction pendant la réunion.

Tout au long du fonctionnement du programme, le DG sera responsable de :

- Fournir une direction et une supervision générales.
- Gérer (avec l'aide de votre bénévole JA) toutes les 13 réunions de l'entreprise.
- Préparer l'ordre du jour et diriger les réunions du conseil d'administration selon les règles de la procédure parlementaire (voir page 15 de ce Manuel). Vous devez également vous assurer que les directeurs de départements connaissent ces règles avant la réunion du conseil d'administration (sixième réunion).

### Réunions du conseil d'administration

Le Directeur général de l'entreprise est responsable de l'ordre du jour de la réunion ; cela signifie décider de la manière dont la réunion se déroulera pour accomplir tous les points qui doivent être traités. Le conseil d'administration se réunira pour la première fois lors de la sixième réunion. À ce stade, tous les départements doivent brièvement détailler leur contribution au plan d'affaires et expliquer comment elle sera mise en œuvre pendant la phase d'opportunité d'affaire définie sur la fiche des opportunités d'affaires. L'entreprise doit adopter le plan d'affaires lors de la sixième réunion.

Les canevas de la fiche d'opportunité d'affaires et du plan d'affaires sont disponibles en annexe. Une brève description du processus se trouve dans la section suivante. Tous les employés de l'entreprise peuvent lire le même aperçu dans les documents de la réunion six. Le DG de l'entreprise doit s'assurer que tous les autres directeurs ont une compréhension pratique des règles avant la première réunion. Les autres employés peuvent participer à la réunion. Cependant, le déroulement ne sera pas sans heurts si le Directeur général et les autres directeurs ne se familiarisent pas au préalable avec les règles.

La deuxième - et dernière - réunion du conseil d'administration se tiendra à la treizième réunion. À ce moment-là, le DG et ses collègues pourront approuver le montant de dividende à verser aux actionnaires (si l'entreprise fait un profit), clore tous les registres et comptes et établir le rapport annuel.

### Règles de la procédure parlementaire

Voici une liste de règles de base que le Directeur général de l'entreprise doit observer lors des réunions :

a. Accorder la parole à une seule personne à la fois ;

b. Donner à chacun l'occasion de prendre la parole ; cependant, vous pouvez fixer une limite de temps ;

c. Lorsqu'une décision stratégique est prise, demander à quelqu'un de présenter une motion. Une motion est une prise de parole en faveur d'une politique souhaitée. Par exemple, un employé d'une entreprise peut dire : « Je propose qu'un dividende de 2,50 \$ par action soit versé à chaque actionnaire » ;

d. Une motion doit être appuyée par une autre personne. Une autre personne indique son soutien à la motion. Si personne n'appuie la motion, elle devient nulle et la discussion prend fin ;

Si une motion a été présentée et appuyée, elle peut être débattue. Quelqu'un peut amender ou modifier la motion uniquement avec la permission de la personne qui l'a initiée. Une fois qu'une motion a été appuyée, elle doit être soumise à un vote pour être adoptée ou rejetée. Ensuite, vous pouvez passer à la motion suivante. Lorsque toutes les opinions concernant une motion ont été entendues, n'importe qui peut demander un vote. Par exemple, « Je propose de voter sur la motion ». Le Directeur général de l'entreprise dira alors : « Tous ceux qui sont en faveur de la motion, dites « oui » ; tous ceux qui s'y opposent, dites « non ». La motion est adoptée à la majorité simple des personnes présentes qui répondent « oui ». La motion est rejetée si la majorité des personnes

a.présentes répondent « non ». Pour les sujets controversés, le Directeur général peut procéder à un vote silencieux, acquiescer de la tête, mains levées ou à un vote par bulletin.

Une fois qu'une motion est adoptée, elle prend effet immédiatement, sauf indication contraire dans la motion.

Les deux réunions du conseil d'administration doivent suivre la procédure parlementaire. Les procès-verbaux des réunions seront rédigés par le département des ressources humaines de l'entreprise.

### Département des ressources humaines (RH) : Rôle et responsabilités

Le département des ressources humaines est chargé d'élaborer le plan de rémunération de l'entreprise, ainsi que de tenir à jour le registre de présence et de paie, la charte de l'entreprise ainsi que d'autres registres importants de l'entreprise.

Le département des RH est l'un des plus importants de l'entreprise. En collaboration avec le Directeur général, la direction des RH est responsable du maintien d'un bon climat et aide les employés à travailler en équipe. De plus, la direction des RH est responsable du paiement sans retard de salaires corrects.

Tout au long de ce Programme, la direction des Ressources Humaines est responsable de :

- Plan d'activités du département des ressources humaines (disponible dans cette section) ;
- Registre de présence ;
- Dossiers administratifs ;
- Certificats d'actions (kit) ;
- Enveloppe du registre des actionnaires (kit) ;
- Registre des actionnaires, créé lors de la deuxième réunion et finalisé lors de la liquidation de la société.

Le département des ressources humaines est responsable de la gestion des dossiers essentiels de l'entreprise, notamment :

**Plan de rémunération** - Une description du plan de rémunération de l'entreprise se trouve dans ses statuts. Au cours de la deuxième session, votre entreprise approuvera les statuts standards du programme ou choisira de modifier et d'adopter une version révisée. Veuillez noter que toute modification des statuts doit être indiquée dans le plan d'activités du département des ressources humaines.

**Registres administratifs** - Le département des ressources humaines est chargé de tenir à jour les registres de présence et de paie, ainsi qu'une liste à jour des employés et consultants de l'entreprise (y compris les noms, adresses, numéros de téléphone et adresses électroniques).

**Information sur la paie** - Le département des ressources humaines est chargé du calcul de la paie et aide le département des finances dans la préparation des chèques pour payer les employés lors de la liquidation.

**Registre de présence** - Le registre de présence officiel de l'entreprise doit être à jour et exact. Les ressources humaines doivent noter les personnes présentes à chaque réunion. (Prenez soin d'attendre quelques minutes pour permettre aux retardataires d'arriver.) Un taux d'absentéisme élevé est un problème grave qui révèle parfois que l'entreprise ne répond pas aux besoins des employés. Essayez de téléphoner aux absents pour savoir s'il y a des problèmes que les directeurs et les bénévoles ne voient pas.

pourraient résoudre. Notez également que des maladies subites et des conflits d'horaires ou autres conflits peuvent être la cause d'absence lors des réunions.

**Certificats d'actions** – Le département des ressources humaines est responsable de la distribution des certificats d'actions (voir le registre des actionnaires pour plus d'instructions). Vous devez vous assurer que tous les employés de l'entreprise ont une compréhension de base de la manière de remplir et de soumettre le certificat d'actions.

**Registre des actionnaires** - Lorsque votre entreprise commence le processus de capitalisation, le département des ressources humaines est responsable de la distribution des certificats d'actions de l'entreprise. Dans le registre des actionnaires, inscrivez le numéro qui se trouve dans le coin supérieur droit du certificat d'action. Inclure les initiales de l'employé à côté du numéro.

**Enveloppe du dossier de l'actionnaire** - Les employés de la société doivent retourner la copie du certificat d'actions de la société au département des ressources humaines. Placer la copie de l'entreprise dans l'enveloppe et indiquer le numéro du certificat et la date de retour.

EXEMPLE :

Plan d'activités du département des ressources humaines  
Le plan des activités du département des ressources humaines doit être rédigé et joint au plan d'affaires de l'entreprise pour la cinquième réunion.

Modèle de plan d'affaires

Remplissez le plan d'activités du département des ressources humaines en utilisant le modèle ci-dessous.

Remarque : Il n'y a pas de paiement de salaires pour la première réunion, car ce temps est utilisé pour l'organisation de l'entreprise.

Le salaire de départ des employés de l'entreprise sera de \$ \_\_\_\_\_ par réunion.

Salaires prévisionnels :

Salaires hebdomadaires des employés \$ \_\_\_\_\_

Nombre d'employés (X) \_\_\_\_\_

(A) Salaire des employés par réunion (=) \$ \_\_\_\_\_

Salaires des directeurs de département \$ \_\_\_\_\_

Nombre de directeurs de département (X) \_\_\_\_\_

(B) Salaires des directeurs par réunion (=) \$ \_\_\_\_\_

Total des salaires = (A+B) x 11 réunions = \$ \_\_\_\_\_

Statuts de la société

(Dressez la liste des statuts que les employés de l'entreprise ont décidé d'adopter.)

Article I.

Article II.

## Département production/gestion de projet : Rôle et responsabilités

Le département production s'occupe de la commande des matériaux, de l'établissement des objectifs de production, du développement des stratégies de production organisationnelle et du contrôle de la qualité des produits. L'efficacité de la production ainsi que la qualité des produits détermineront le succès de votre entreprise. Pour bien préparer le produit pour la vente, le chef de production initiera un projet « Créer un nouveau produit ».

Tout au long de la formation, le directeur du département production est responsable du (e) :

- Plan d'activités du département de production (à trouver dans cette section) ;
- Registre de production ;
- La gestion de projet.

### Achat de matériels

En collaboration avec le département financier, et une fois la sélection du produit terminée, le directeur de production lance le projet "Créer un nouveau produit", qui se chargera de l'achat du matériel nécessaire et de la production du produit.

### Conseils pour l'achat de matériel :

- Recommander la quantité à acheter ; passer des commandes en temps opportun.
- Vérifiez toutes les livraisons pour s'assurer qu'elles ne sont pas endommagées et qu'elles sont complètes.
- Commander du matériel supplémentaire, au besoin.

### Normes de production efficaces

**Développez la section** de production du plan d'affaires de l'entreprise pour inclure les objectifs de production, les estimations des coûts des matériaux, les procédures de contrôle de la qualité, les plans de sécurité, ainsi que les procédures et les calendriers de production en utilisant les concepts et les compétences de gestion de projet que vous apprendrez au cours de la quatrième semaine pour tenir à jour le registre de production et suivre les progrès.

### Consignes de sécurité

Des conditions de travail sûres sont extrêmement importantes dans toute entreprise ; c'est simplement normal et indispensable. Non seulement le département de production doit se préoccuper du bien-être des employés de l'entreprise, mais il doit également mettre en œuvre un programme de sécurité efficace. Des conditions dangereuses réduisent la productivité et peuvent entraîner la détérioration de marchandises.

### Contrôle de la qualité

Le département production doit garantir des normes de haute qualité en publiant en temps opportun des rapports sur les progrès de l'entreprise vers l'atteinte de ses objectifs de production. Le département doit tenir à jour le registre de production et s'assurer que les contrôles de qualité ont lieu régulièrement.

### Emballage

Sélectionnez un type d'emballage qui améliorera l'apparence et l'attrait du produit, tout en assurant sa sécurité pendant le stockage et la distribution. Il existe une grande variété d'emballage adéquats sur le marché, y compris des boîtes en carton et en plastique, des sacs en plastique et des emballages rétractables dans une variété de tailles et de formes. Sélectionnez le format qui convient le mieux à votre produit.

### Directeur du département production ou projet : rôle et responsabilités

Le directeur du département production ou projet est responsable du lancement, de la planification, de l'exécution, du suivi-évaluation et de la clôture d'un projet. Le projet que vous gérerez prendra une idée de produit et créera un nombre suffisant de produits pour atteindre les quotas de vente demandés. Nous appellerons le projet « Créer un nouveau produit ». Ce rôle implique la création de tous les documents de gestion de projet décrits ci-dessous ainsi que la gestion réussie du projet pour atteindre ses objectifs.

Le directeur de production ou projet en collaboration avec les différentes parties prenantes est responsable de la création et de l'acceptation des documents suivants : Le registre des parties prenantes, la charte du projet, l'énoncé de la portée, le calendrier du projet, la matrice d'attribution des responsabilités, le budget du projet, le plan de communication, le registre des risques, le rapport de progression, le rapport sur les enseignements tirés.

Le directeur de production/chef de projet doit utiliser les principes de gestion de projet pour le projet "Créer un nouveau produit". En tant que chef de projet et chef d'équipe, il/elle doit appliquer les étapes de lancement, de planification, d'exécution, de suivi-évaluation et de clôture du projet "Créer un nouveau produit".

### Département marketing : Rôle et responsabilités

Le directeur marketing est responsable de la conception et de la mise en œuvre de la stratégie marketing de l'entreprise. Cela implique la formation de la force de vente, la tenue des registres des ventes, le développement de programmes d'incitation à la vente et la planification de campagnes publicitaires.

Comme de nombreux employés hésitent souvent à adopter une technique de vente agressive, votre travail est l'un des plus difficiles de l'entreprise. Votre créativité, votre enthousiasme et votre expérience aideront à stimuler les ventes et à garantir le succès. En règle générale, les employés du département marketing sont de très bons vendeurs : créatifs, innovants et énergiques dans leurs efforts pour promouvoir leur entreprise de manière unique.

Tout au long du programme, le département marketing sera responsable du (e) s :

Plan d'activités du département (page 20)

L'enveloppe de bons de commande (disposer d'une grande enveloppe) pour conserver les formulaires de vente ou reçus (annexe)

La fiche du tableau des ventes (annexe)

Techniques de vente (discutées à la neuvième réunion)

- Le département marketing est responsable de l'élaboration et de la mise en œuvre d'un plan soigneusement structuré qui aidera le département à :
- Identifier les clients potentiels.
- Concevoir une stratégie de publicité ou de distribution.
- Formuler un programme de formation à la vente et d'incitation.
- Fixer des objectifs de vente et développer des stratégies pour les atteindre.
- Rechercher de nouvelles méthodes de vente et recommander de nouvelles gammes de produits.
- Préparer et former les employés de l'entreprise à vendre et livrer le produit ou le service

## Campagnes publicitaires

Déterminer quelle sera votre stratégie publicitaire (numérique, de bouche à oreille, affiches, etc.).

## Inventaire des produits

Le département marketing gère l'inventaire de tous les produits finis, y compris les produits finalisés par le département de production. Le département marketing gère également l'enveloppe des bons de commande, le tableau des ventes et, en cas de liquidation, effectue le résumé des ventes.

**Remarque :** Après la cinquième réunion, les employés doivent remettre l'argent des ventes de produits au département des finances à chaque réunion. Le département marketing conservera les reçus des bons de commande dans l'enveloppe des bons de commande. Ces informations seront utilisées pour remplir le tableau des ventes et le résumé des ventes lors de la liquidation.

## Registres de ventes

L'enveloppe de bons de commande permet au département marketing de suivre les stocks que les employés ont en leur possession et d'enregistrer les ventes et les commissions individuelles.

Obtenez la copie du formulaire de bon de commande de l'entreprise auprès du département financier après qu'il ait collecté les paiements de tous les employés conservés dans leurs enveloppes individuelles de suivi des ventes. Déposez le formulaire de bon de commande dans l'enveloppe de bon de commande et assurez-vous d'inscrire au recto de l'enveloppe le nombre de produits vendus chaque semaine.

Asseyez-vous à côté du directeur du département des finances pendant que les membres comptent l'argent contenu dans les enveloppes de suivi des ventes. Le directeur marketing (ou un représentant du département) doit parapher chaque enveloppe au fur et à mesure qu'il ou elle prend le reçu du bon de commande.

## Plan d'affaires du département marketing

Le modèle de plan d'affaires du département marketing doit être rempli et inclus dans le plan d'affaires global de l'entreprise pour la sixième réunion.

### EXEMPLE - PLAN MARKETING

#### Analyse marketing

Une analyse marketing est une description détaillée du marché dans lequel votre entreprise entrera et de la position qu'elle espère atteindre. Vous devriez être en mesure d'expliquer qui sont vos clients et pourquoi votre produit est unique et répond à un besoin du consommateur. Votre produit doit satisfaire un besoin ou une envie, qui doit être démontré dans le plan marketing.

#### Stratégie marketing

La stratégie marketing décrit votre marché cible (qui achètera votre produit) ; la stratégie de prix ou le seuil de rentabilité (combien vous pouvez vendre votre produit); le plan de distribution et de publicité (où vous pouvez vendre votre produit et comment vous allez faire de la publicité); et les ventes projetées (combien de produits ou de services vous pensez que votre entreprise vendra).

### Distribution

En tant que membres du département marketing, vous devez décider où vous souhaitez vendre votre produit ou service : Entreprises, amis et famille, supermarchés, banques, cinéma, écoles et lieux de culte. Événements (par exemple, jeux sportifs, concerts)

### Stratégie publicitaire ou marketing

En tant que membres du département marketing, vous devez décider comment - ou si - vous allez faire de la publicité. Certaines stratégies marketing incluent : Dépliants distribués à l'école, affiches, bouche à oreille, réseaux sociaux, panneaux publicitaires.

### Objectifs de vente

La décision concernant l'objectif de vente de votre entreprise dépendra du seuil de rentabilité de votre produit, du nombre prévisionnel de produits (obtenu auprès du département de production) et le nombre d'employés de l'entreprise.

### Marché cible

Qui achètera notre produit ou service ?

---

### Distribution

Nous vendrons notre produit essentiellement par :

---

### Publicité

Notre stratégie publicitaire sera :

---

Nous ferons de la publicité à ou dans :

---

Tous les supports publicitaires (balises, panneaux publicitaires coûteront :  
\$ \_\_\_\_\_

### Objectif de vente

Pour atteindre notre objectif de \_\_\_\_\_ unités vendues, chaque membre de l'entreprise devra vendre au moins \_\_\_\_\_ produits.

Enveloppes de suivi des ventes  
Chaque employé recevra une enveloppe de suivi des ventes au début de son mandat.  
Chaque employé doit retourner son enveloppe contenant deux renseignements :  
1. La copie d'entreprise du bon de commande client ;  
2. Les espèces ou chèques des produits vendus.

## Département des finances : Rôle et responsabilités

Ce département est responsable de la planification financière et de la budgétisation, de la tenue de registres précis et du suivi des progrès de l'entreprise vers la réalisation de ses objectifs financiers. De nombreux professionnels pensent que vous occupez le poste le plus important de l'entreprise. La précision et l'honnêteté dans le suivi des données financières de l'entreprise sont essentielles. Tout au long du programme mini-entreprise, le département des finances est responsable du (e) s :

- Rapport financier ;
- Enveloppes de suivi des ventes et bons de commande client (kit) ;
- Compte bancaire de l'entreprise, y compris les chèques (instructions figurant dans cette section) ;
- Évaluation du produit ;
- État des activités ;
- Chèques de paie (à partir du compte bancaire de l'entreprise) ;
- Chèques de dividende des actionnaires (sur le compte bancaire de l'entreprise) ;
- Dossier de la taxe sur les ventes.

### **Rapport financier**

Le rapport financier utilise un système de comptabilité à partie double. Une pratique courante dans les affaires, la comptabilité à partie double exige que chaque transaction soit saisie deux fois - une fois dans la colonne débit de l'enregistrement et une fois dans la colonne crédit. Bien que cela ressemble à un travail supplémentaire, le système à double entrée permet d'éviter et de suivre les erreurs.

Imaginez une balance à l'ancienne. Tant que les poids sont égaux, les deux côtés se contrebalanceront. Si vous ajoutez du poids d'un côté mais pas de l'autre, la balance basculera ; elle sera « déséquilibré ». De même, si le total de votre débit ne correspond pas à votre total crédit, le rapport financier ne sera pas équilibré et devra être recalculé.

### **Paie**

Obtenir les totaux des salaires de tous les employés de l'entreprise JA auprès du département des ressources humaines. N'oubliez pas que vous paierez les salaires pour 11 réunions. Ne faites qu'une seule entrée dans le rapport financier pour la totalité de la paie, quand bien même vous ferez un chèque individuel à chaque membre de l'entreprise lors de la liquidation. Le registre du chéquier doit indiquer le bénéficiaire et le montant de chaque chèque.

### **Dossier de la taxe sur les ventes**

La taxe de vente totale pour tous les produits vendus sera calculée et payée lors de la liquidation de la société au bureau régional JA. Le département finance doit déterminer le montant des taxes de vente de la ville et de l'État. Lors de la sélection finale du produit lors de la cinquième réunion, incorporer le chiffre correct dans le prix total du produit sur le formulaire d'évaluation du produit.

Taxe de vente municipale et nationale ou gouvernementale : \_\_\_\_ pourcentage

### **Enveloppes de suivi des ventes**

Chaque employé recevra une enveloppe de suivi des ventes. Au cours de la phase d'opportunité commerciale de l'entreprise (en commençant par la cinquième réunion), chaque employé doit retourner son enveloppe contenant deux éléments :

- La copie d'entreprise du bon de commande client ;
- Les espèces ou chèques des produits vendus.

Une fois que les employés ont remis les enveloppes de suivi des ventes, le département finance doit s'assurer que les enveloppes sont paraphées et remises pour la prochaine réunion. Remettre la copie d'entreprise du bon de commande au département des ressources humaines pour le suivi des commandes.

#### **Compte bancaire de l'entreprise**

Le département finance doit ouvrir un compte bancaire dès qu'il élit un directeur financier (après la deuxième réunion). Le directeur financier travaille avec le formateur du programme et le bureau local JA pour l'ouverture d'un compte d'entreprise et acquérir des chèques.

#### **Plan d'affaires du département des finances**

Le département finance n'est pas tenu de produire un plan d'affaires distinct car l'ensemble de la société JA participe à la détermination du prix du produit et du seuil de rentabilité, ou de l'évaluation du produit, lors de la cinquième réunion.

Le formulaire d'évaluation du produit disponible à la page 34 de ce Manuel doit être inclus dans le plan d'affaires global de l'entreprise. Le département finance doit remplir et joindre le formulaire d'évaluation du produit au plan d'affaires de l'entreprise avant la cinquième réunion.

#### **Département des relations publiques : Rôle et responsabilités**

Le succès de chaque entreprise dépend de sa clientèle et le département des relations publiques assume désormais la responsabilité cruciale d'attirer et de fidéliser les clients. Il est du devoir du directeur des relations publiques d'obtenir l'approbation du produit avant que l'entreprise ne commence la production. Vous coordonnerez également l'élaboration du plan d'affaires global et du rapport annuel, deux documents importants qui communiquent au public ce qu'est votre entreprise JA.

Tout au long du fonctionnement de ce Programme, la direction des relations publiques est responsable de (s) :

- La demande d'approbation de produit (annexe) ;
- Aperçu du plan d'affaires ;
- Cartes de membre (fournies par votre formateur) ;
- Procès-verbaux du conseil d'administration ;
- Présentation du rapport annuel.

#### **Demande d'approbation de produit**

Ce formulaire doit être rempli et soumis immédiatement après la sélection des produits (cinquième réunion). Il est préférable d'utiliser le courrier électronique comme mode de dépôt. Vérifier auprès de votre agence locale d'enregistrement des produits - Autorité nationale de normalisation ou tout autre organisme compétent dans votre pays. Reportez-vous à l'annexe pour le canevas.

#### **Cartes d'identité du personnel**

Chaque employé de l'entreprise reçoit une carte d'identité professionnelle. La carte montre au public qu'il ou elle est un participant au programme de mini-entreprise. Les directeurs doivent demander à tous les membres de l'entreprise de conserver ces cartes en lieu sûr, car elles seront nécessaires pour toutes les réunions.

#### **Modèle de procès-verbal du conseil d'administration**

Le modèle de procès-verbal du conseil d'administration est conçu comme un Manuel pour la conduite de la réunion. Cependant, vous devrez ajouter de l'espace pour

enregistrer les « Motions » et « Seconds » et le « Rapport du département ». Une bonne option est de prendre les notes sur une feuille de papier vierge et de transférer les informations par la suite. Ce modèle doit être utilisé pour les deux réunions du conseil d'administration (réunions six et treize).

### Présentation du plan d'affaires

Bien qu'un plan d'affaires puisse être modifié, il constitue le plan directeur du succès de votre entreprise. Par conséquent, une préparation précise et détaillée est essentielle ; une approche bien planifiée aide les employés à définir une stratégie, à actualiser la mission et les objectifs de l'entreprise, à surveiller les opérations commerciales et à évaluer les résultats.

L'aperçu du plan d'affaires est le résultat des efforts combinés des départements de l'entreprise. Chacun doit s'acquitter de sa contribution à la date spécifiée (formellement fixée par le responsable des relations publiques). Avant la sixième réunion, chaque département doit désigner un calendrier qui laisse suffisamment de temps pour organiser les plans et finaliser l'aperçu du plan d'affaires. Ce document essentiel est le fondement de votre entreprise JA ; c'est la clé pour ouvrir la porte aux opportunités pour votre entreprise.

#### EXEMPLE :

Aperçu du plan d'affaires

Mission de la mini-entreprise JA

---

---

Vision de la mini-entreprise JA

---

---

---

---

---

---

Vision de votre mini-entreprise :

---

---

---

---

---

---

Marché cible :

---

---

---

---

Produit

---

---

---

---

Prix du produit :

---

---

---

---

Seuil de rentabilité :

---

---

Objectif de vente du produit :

---

---

Salaire des employés :

---

---

---

---

---

---

Salaire des directeurs de départements :

---

---

---

---

---

---

Autres éléments

---

---

---

---

---

---

Votre formateur vous fera lire les procédures et les statuts de l'entreprise et participer à un jeu de rôle afin d'approfondir votre compréhension des responsabilités des départements marketing, finances, ressources humaines, relations publiques et production.

Examen de la procédure de vente d'actions :

Vous et vos associés devez être prêts à fournir les informations suivantes aux investisseurs potentiels :

1. Expliquer que vous vendez des actions dans une entreprise Junior Achievement.

Insister sur le fait qu'il s'agit d'une opportunité éducative pour vous et vos collègues de diriger puis de liquider votre propre entreprise.

2. Préciser que chaque action coûte 1000 FCFA / 2 \$.

3. Expliquer que le profit ou le retour sur investissement n'est pas garanti, mais que dans les expériences précédentes la plupart des concernés ont récupéré leur investissement de 1000 FCFA / 2 \$, et ont en plus reçu des dividendes sur leurs actions.

Le département des ressources humaines est responsable de la distribution des certificats d'actions à tous les employés de l'entreprise. L'objectif est d'acquérir 75.000 FCFA / 150 \$ en fonds de démarrage. Déterminer la manière la plus équitable de distribuer les certificats d'actions parmi les élèves.

Expliquer que les employés doivent remplir un certificat d'action et une carte d'information des actionnaires pour chaque vente. Vous et vos collègues devez présenter le certificat d'actions à l'actionnaire et remettre chaque carte d'information de l'actionnaire au directeur des ressources humaines.

Le directeur des ressources humaines est responsable de l'enregistrement du numéro de certificat d'actions sur l'enveloppe du registre des actionnaires au fur et à mesure que les certificats sont distribués aux employés de l'entreprise. Tout l'argent des ventes d'actions est remis au directeur financier.

### Clôture de la session

Avant de clore la session, assurez-vous d'avoir réuni vos associés pour :

- Réviser la charte et les statuts de l'entreprise ;
- Choisir le nom de l'entreprise, sa vision et sa mission ;
- Définir un plan pour la collecter les fonds initiaux nécessaires ;
- Commencer à réfléchir aux besoins de produit/service non-satisfaits au sein de la communauté.

Semaine 3 :

## Équipe de direction et plan d'affaires de l'entreprise

### 3. Aperçu de l'approche de recherche de marché

Réunion  
d'équipe /  
session de  
travail des  
élèves

- Faire une étude de marché
- Continuer votre rôle dans votre département (dans le but de finaliser le plan d'activités de votre département)
- Continuer à vendre des actions pour la capitalisation de votre entreprise

## Introduction (de quoi parle cette leçon ?)

L'entreprise entre dans la phase contextuelle du programme. Au cours de cette phase, vous et vos collègues utiliserez des outils, tels que des études de marché et des analyses coûts-avantages, pour déterminer les produits ou services potentiels pour votre marché cible. Vous utiliserez des compétences telles que l'analyse des produits ou services et l'interprétation des données.

## Objectifs

- Développer et finaliser une étude de marché pour isoler un marché cible.
- Continuer à travailler sur les plans d'activités du département.
- Continuer à vendre des actions.

Votre formateur passera brièvement en revue la réunion précédente et discutera de vos questions ou préoccupations. Il ou elle permettra également à certains de vos collègues de partager leur expérience de vente d'actions. Notez ce qui fonctionne ainsi que ce qui ne risque pas d'augmenter vos chances de rapidement vendre vos actions.

Passer en revue toutes les idées de produits suggérées par vous et vos associés lors de la réunion précédente. Votre formateur vous aidera à faire le tri entre les idées de produits potentiels en vous basant sur les observations que vous avez faites au sein de la communauté lors de recherche sur les besoins de produits/services non satisfaits.

Votre formateur dirigera une session sur les outils de recherche de marché. Utilisez les informations reçues pour la conception d'un plan de recherche de marché et au sein de vos entreprises, définissez des tâches précises à accomplir afin de couvrir tous les quartiers de votre communauté. De plus, chaque département continuera d'élaborer son plan d'activités.

Le produit ou service de l'entreprise doit répondre à des normes de qualité spécifiques.

# Réunion d'entreprise: Sélection de produit

Aujourd'hui, vous et vos collègues utiliserez les résultats du brainstorming (remue-méninges) produit effectué lors de la précédente réunion, ainsi que les observations de la communauté, pour sélectionner deux à quatre produits que l'entreprise pourrait envisager de produire pendant la phase de production du programme..

À la fin de la réunion précédente, vous et vos collègues avez été invités à observer votre communauté et à identifier les produits nécessaires mais actuellement indisponibles. Discutez de certaines observations que vous avez faites. Demander au DG de lire les idées de produits présentées lors de la réunion précédente.

Dressez une liste d'idées au tableau. L'entreprise doit considérer toutes les options.

Une fois que toutes les idées sont répertoriées, vous et vos collègues réfléchissez-y attentivement et identifier les idées prédominantes.

Envisager de voter pour déterminer les idées favorites. L'objectif est que l'entreprise parvienne à un consensus sur deux à quatre produits.

Une fois que vous et vos collègues avez identifié certaines idées de produit/services accrocheuses, la prochaine étape est de tester le potentiel des produits/services retenus dans une étude de marché.

L'étude de marché peut être définie comme l'ensemble des techniques utilisées pour recueillir des informations et mieux comprendre le marché cible d'une entreprise. En tant qu'entreprise, utilisez les informations recueillies pour concevoir de meilleurs produits, améliorer l'expérience d'utilisation et élaborer un message marketing qui attire des prospects de qualité et améliore les taux de vente.

Les outils d'étude de marché comprennent les enquêtes, les entretiens, les groupes de discussion et l'observation.

# Réunion d'entreprise: Sélection de produit

Outils d'étude de marché

Les outils d'étude de marché aident les entreprises à évaluer les besoins des consommateurs. En analysant le marché, l'entreprise peut déterminer le meilleur produit pour répondre à un besoin de la communauté. Deux outils spécifiques - l'analyse de marché et les enquêtes de marché (informelles et formelles) - sont au centre de cette discussion.

Vous et les associés de votre entreprise devez déterminer "quelles informations spécifiques vous voulez que l'étude de marché fournisse" afin d'aider votre entreprise à faire un choix de produit.

En réalisant l'étude de marché, vous découvrirez un besoin du consommateur. L'entreprise a pour tâche d'identifier un produit ou service qui répond à ce besoin.

Il existe des outils d'étude de marché permettant à l'entreprise de recueillir de informations précieuses sur les éventuels produits ou services qu'elle pourrait produire ou vendre.

## Enquête de marché

Votre formateur vous expliquera les outils de l'étude de marché tels que l'enquête de marché et comment extraire les informations nécessaires pour créer le bon produit pour votre marché cible.

Une enquête formelle nécessite de rassembler des groupes de personnes à un moment et à un endroit prédéterminé, de poser un ensemble spécifique de questions et d'obtenir des commentaires écrits et oraux.

Les enquêtes de marché réussies se composent de deux étapes : identifier la population cible et mesurer de manière appropriée et précise la demande et la volonté de payer pour le produit ou le service.

Les deux techniques fournissent de précieuses informations sur les produits et aident les entreprises à découvrir qui sont leurs clients potentiels et quels produits les attirent.

## Clôture de la session

Vous devriez, à la fin de la session, préparer votre étude de marché et d'autres sources pour recueillir les tendances de consommation.

Effectuez des recherches sur l'offre et la demande. Étudiez en particulier comment les seuils de rentabilité et d'équilibre sont liés à l'offre et à la demande.

## Semaine 4 :

# Introduction à la gestion de projet

## 4. Aperçu de la gestion de projet

### Réunion d'équipe / session de travail des élèves

- Réviser le Manuel de la gestion de projet pour les jeunes
- Élaborer un plan de projet (objectif, portée, calendrier, budget, parties prenantes, communications, risques, etc.)
- Remplir le questionnaire de l'enquête préliminaire du Manuel de gestion de projet pour jeunes
- Remplir un questionnaire à la fin du Manuel de gestion de projet pour jeunes

## Introduction (de quoi parle cette leçon ?)

Vous serez initié aux concepts de base de la gestion de projet et aux cinq processus de gestion de projet. En faisant cette activité, vous vous familiariserez également avec les modèles de gestion de projet que vous utiliserez spécifiquement au cours de la semaine 4.

### Objectifs

- Être initié aux bases de la gestion de projet
- Apprendre davantage sur le rôle de chef de projet
- Créer la charte de projet et le registre des parties prenantes pour le projet « Créer un nouveau produit ».

## La tâche (quelles activités ferez-vous ?)

Avec la sélection du produit de l'entreprise, le chef de projet peut commencer la phase de lancement du projet « Créer un nouveau produit ».

**Le processus (décrire spécifiquement chaque étape du processus de gestion de projet)**  
Effectuez des recherches sur les cinq processus de gestion de projet : lancement, planification, exécution, suivi et évaluation, clôture. En outre, familiarisez-vous avec les canevas suivants

**Registre des parties prenantes** - Dans le processus de lancement, les équipes de projet créeront souvent un registre des parties prenantes, qui comprend les personnes (client, sponsor, membres de l'équipe ou public) impliquées ou ayant un intérêt, positif ou négatif, dans le projet ou les résultats du projet (dans ce cas votre produit), leur rôle dans le projet et leurs coordonnées.

**Charte de projet** - Les questions Pourquoi, Qui, Quoi, Quand, Où et Comment sont utilisées pour créer une charte de projet. Une charte de projet est un document « autorisant » le démarrage d'un projet et est utilisé pour clarifier et affiner davantage le projet.

**Énoncé de la portée** – L'énoncé de la portée s'appuie sur la description créée dans la charte du projet au cours du processus de lancement et définit des objectifs pour ce qui sera accompli dans le projet. Essayer de rendre votre objectif aussi précis que possible et mesurable afin que vous puissiez déterminer si vos objectifs sont atteints. Un énoncé de la portée du projet décrit le travail qui sera effectué et ce qui ne sera pas fait pour créer le résultat unique du projet.

**Calendrier du projet** - Un calendrier du projet doit être créé, identifiant tous les jalons, activités et tâches à accomplir, y compris leurs dates de début et des différentes échéances.

**Matrice d'attribution des responsabilités** - Une matrice d'attribution des responsabilités (MAR) peut être utilisée pour affecter les membres de l'équipe aux tâches appropriées. Une bonne pratique consiste également à désigner un suppléant au cas où la personne principale serait indisponible.

**Budget du projet** - Le budget est une estimation du coût du projet, y compris la main-d'œuvre, les fournitures et les frais généraux. Ajoutez les devis pour déterminer le coût total du projet.

**Plan de communication** - Les membres de l'équipe et les parties prenantes ont besoin d'informations sur la façon dont le projet se développe et sur ce qu'il va falloir changer pour que tout le travail soit fait. La planification de la communication implique de bien comprendre qui doit communiquer avec qui et à quelle fréquence, ainsi que les informations qui seraient pertinentes et utiles pour chaque partie prenante.

**Registre des risques** - Il est indispensable d'identifier les risques potentiels qui pourraient avoir une incidence sur le succès du projet. L'identification des risques potentiels offre la possibilité de planifier une réponse à l'avance qui aidera à éviter ou à minimiser un impact négatif sur le projet.

**Rapport d'état** - Un rapport d'état est un moyen efficace de surveiller et de documenter l'avancement de votre projet et de communiquer ces progrès à d'autres. Les rapports d'état peuvent aider à identifier les éléments susceptibles d'affecter la portée, le calendrier, le budget ou les livrables du projet. Par exemple, si les matériaux du produit sont livrés en retard, cela affectera grandement le calendrier.

**Rapport sur les enseignements tirés** - Créer un document sur les enseignements tirés avec les membres de l'équipe en demandant ce qui s'est bien passé, ce qui aurait pu être mieux fait et quel processus devrait continuer.

## Choix et sélection des produits

### 5. Aperçu de la sélection des produits pour la production

Réunion  
d'équipe /  
session de  
travail des  
élèves

- Faire une sélection finale de produit ou service
- Fixer des objectifs de vente pour votre entreprise
- Modèle de plan d'affaires
- Élaborer un plan de projet (objectif, portée, calendrier, budget, parties prenantes, communications, risques, etc.)

### Introduction (de quoi parle cette leçon ?)

En travaillant en groupes, en rassemblant, en organisant les informations, en synthétisant et en évaluant les données, l'entreprise entre dans la phase de transaction du programme. Au cours de cette phase, vous et vos collègues sélectionnerez les deux ou trois meilleures options de produit/service pour une analyse coûts-avantages.

### Objectifs

- Remplir le formulaire d'évaluation du produit ;
- Créer des objectifs de vente pour l'entreprise et chacun des employés ;
- Finaliser et soumettre le plan d'activités du département ;
- Sélectionner un produit ou un service de mini-entreprise JA ;
- Créer la charte de projet et du registre des parties prenantes pour le projet « Créer un nouveau produit ».

### La tâche (quelles activités ferez-vous ?)

Votre formateur vous guidera dans le processus d'analyse coûts-avantages. L'entreprise utilisera cette méthode pour examiner les produits possibles retenus.

Si nécessaire, discutez du formulaire d'évaluation des produits qui se trouve à la page 34 de ce Manuel. Vous et vos collègues aurez probablement d'aide pour remplir ce formulaire.

Le produit sélectionné par l'entreprise sera évalué d'un point de vue financier, à l'aide du formulaire d'évaluation du produit. Une fois que vous et vos collègues avez rempli le formulaire, elle doit décider du prix d'un produit et fixer des objectifs de vente individuels et de groupe. Il s'agit de la dernière réunion avant la réunion du conseil d'administration (sixième réunion), et les plans d'activités des départements devraient être presque terminés.

Votre entreprise doit également être prête à envisager un produit de substitution. Votre produit de substitution sera sélectionné si les coûts de production associés au produit sélectionné sont inacceptables ou si le produit figure sur la liste des produits non approuvés.

Avec la sélection du produit de l'entreprise, le directeur de projet peut commencer la phase de lancement du projet « Créer un nouveau produit ».

## Analyse coûts-bénéfices

Votre formateur expliquera l'analyse coûts-avantages et mènera une discussion sur des situations réelles où elles sont utilisées afin d'approfondir votre compréhension.

Cet outil est similaire à une liste « pour ou contre ». Les coûts représentent les « inconvénients » et les bénéfices les « avantages ».

Votre formateur vous guidera dans la réalisation d'une analyse coûts-avantages.

Évènement	Produit	Produit
Pour :	Pour :	Pour :
Contre :	Contre :	Contre :

L'analyse coûts-avantages terminée, veuillez consulter le formulaire d'évaluation du produit. En suivant les étapes fournies, remplissez le formulaire en tant qu'entreprise.

### Formulaire d'évaluation du produit

#### Étape 1 : Déterminer les coûts fixes

Les coûts fixes sont les dépenses d'entreprise qui restent les mêmes, quel que soit le nombre de produits fabriqués. Les salaires, le loyer, les dépenses de marketing et l'équipement sont des exemples de coûts fixes.

Le tableau ci-dessous illustre les coûts fixes effectués par la plupart des entreprises JA. Prenons l'exemple d'une entreprise de 10 employés se réunissant pendant 13 semaines. Veuillez noter que les salaires ne sont pas payés pour la première réunion.)

Dépenses	Exemple d'entreprise	Votre entreprise
A. Salaire des employés de l'entreprise JA (11 x 0,50 \$ l'heure)	22 heures, 11 \$ par employé, (10 employés x 11 \$ = 110 \$)	
B. Salaire des directeurs de l'entreprise JA (11 x 2 \$ par réunion)	22 \$ par directeur, (5 employés x 22 \$ = 110 \$)	
C. Loyer et autres dépenses fixes de 25 \$, payés au bureau local de JA avec la taxe de vente lors de la liquidation		
D. Outils marketing	25 \$	
E. Divers		
F. Total coûts fixes	270\$	

Le département des ressources humaines peut vous dire quelle est la structure salariale convenue. Pour la plupart des entreprises JA, la structure des salaires ne diffère pas de celle mentionnée précédemment ; il s'agit de la même structure salariale spécifiée dans la charte ou les statuts approuvés lors de la deuxième réunion. Le département marketing devrait recommander un budget marketing.

Remarque : Les salaires sont des coûts variables car le nombre de travailleurs et les heures nécessaires pour produire un article ou un bien peuvent varier à mesure que la demande augmente ou diminue. Dans les entreprises JA, cependant, les travailleurs sont généralement « employés » pour un nombre d'heures fixe. En conséquence, il convient de considérer les salaires comme un coût fixe aux fins de cet exercice.

#### Étape 2 : Déterminer les coûts variables

Les coûts variables de l'entreprise sont les dépenses qui fluctuent ou « varient » avec le nombre de biens produits et vendus. Par exemple, une entreprise qui vend des bonbons préemballés dépensera plus à mesure que la production augmentera. Les coûts variables peuvent être liés à la fois à la production et au processus de vente.

Pour chaque unité vendue, votre entreprise devra payer des commissions de vente et la taxe de vente. À l'étape 3, vous aurez l'occasion de calculer ces coûts variables liés aux ventes.

La feuille de travail suivante vous aidera à estimer le coût variable du matériel lorsque des unités supplémentaires sont produites. Avec l'aide du département de production, vous évalueriez les coûts variables de votre entreprise à l'aide du tableau ci-dessous.

Le département de production ne peut avoir aucune contribution dans les coûts totaux projetés des matériaux. Si tel est le cas, estimez les coûts de production et le nombre d'unités.

Produit	Exemple d'entreprise	Votre entreprise
A. Coût prévisionnel de matériel	100 \$	
B. Diviser par le nombre d'unités	100 \$	
C. Coût du matériel par unité	1 \$	

### Étape 3 : Déterminer le prix

Maintenant que vous avez déterminé les coûts fixes et variables de votre produit, vous pouvez fixer un prix rentable.

Le tableau suivant vous aidera à déterminer votre profit brut par unité à différents prix test. C'est la différence entre le prix et les coûts variables de production et de vente de votre produit. Entrer un prix test élevé et un prix de test bas pour votre produit. Inclure la taxe de vente. Utiliser le coût du matériel par unité de l'étape 2.

Calculer le bénéfice brut par unité à des prix différents.

Remarque : Remarque : le département des finances est responsable du rapport de prélèvement de taxe de vente. Il déterminera quelle est la taxe de vente pour la localité. Assurez-vous que les employés prennent en compte les taxes de vente locales et nationales.

	Prix d'échantillon #1	Prix d'échantillon #2	Test prix #1	Test prix #2
A. Prix unitaire net de la vente au détail	5.00\$	6.00		
Coûts variables				
B. Commissions de vente (10%)	-.50	-.60		
C. Taxe sur la vente (5%)	-.25	-.30		
D. Coût du matériel par unité (étape 2)	-1.00	-1.00		
E. Bénéfice brut par unité	3,25\$	4,10\$		

**Instructions :**

**Ligne A.** Entrer deux prix test pour votre produit. Un prix doit être « élevé » et l'autre « bas ».

**Ligne B.** Entrer le coût de la commission de vente de 10%.

**Ligne C.** Entrer le montant de la taxe de vente de la localité/municipalité et de l'État. Dans l'exemple, le taux de la taxe de vente était de 5% ( $5.00 \$ \times 0,05 = 0,25$ ).

**Ligne D.** Entrer le coût des matériaux par unité de l'étape 2, ligne C. Soustraire les lignes B, C et D de la ligne A et inscrire le résultat sur la ligne E.

**Ligne E.** Il s'agit de votre bénéfice brut par unité - la différence entre votre prix et les coûts variables par unité de production et de vente.

**Étape 4 : Déterminez le seuil de rentabilité**

Une analyse du seuil de rentabilité est fréquemment utilisée par les entreprises fabrication pour fixer les prix.

Elle aide l'entreprise à déterminer le nombre d'unités qui doit être vendues pour couvrir ses coûts (ou atteindre le seuil de rentabilité).

	<b>Prix d'échantillon #1</b>	<b>Prix d'échantillon #2</b>	<b>Test prix #1</b>	<b>Test prix #2</b>
<b>Coût fixe (étape 1)</b>	<b>270.00\$</b>	<b>270.00\$</b>		
<b>Repartir le bénéfice brut par unité</b>	<b>3.25\$</b>	<b>4.10\$</b>		
<b>Seuil de rentabilité point (unités)</b>	<b>83 unités</b>	<b>66 unités</b>		

Remarque : Au prix d'échantillon #1, vous réaliserez un bénéfice de 3,25 \$ pour chaque article de plus de 80 unités que vous vendrez. Gardez à l'esprit que cela ne comprend pas l'argent qui doit être versé lors de la vente d'actions, ni les dépenses supplémentaires qui peuvent survenir.



## Canevas de la charte de projet

Nom du projet :

Directeur de projet : La personne chargée de veiller à ce que chacun des buts et objectifs du projet soit atteint.

Membres de l'équipe : Toute personne travaillant sur un projet et contribuant à sa réussite.

Description du Projet : Décrivez le projet. Quel est le but de votre projet ?

Exemple : concevez et fabriquez un robot entièrement autonome avec une manipulation précise des objets dans un environnement multi-robot.

Raison ou justification du projet : Pourquoi faites-vous ce projet ?

Les étapes importantes : Quelles sont les grandes avancées ? Quels sont les livrables ? Quelles sont les échéances ?

Critères d'acceptation : Comment le produit final sera-t-il évalué ?

Hypothèses : Que pensez-vous être vrai à propos de ce projet ?

Contraintes : Quels facteurs pourraient entraver la réalisation du projet ?

Risques : Quels éléments pourraient causer des difficultés pendant le projet ?

Ressources : De quelles ressources avez-vous besoin ? Combien cela coûtera-t-il ?

Date de début du projet :

Date de fin du projet :

Directeur de projet :

Approuvé par :

Date :

Examen du projet

# Clôture de la session

À la fin de la session, les vous devez (avoir appris à) :

- Extraire des données importantes de vos études de marché ;
- Effectuer une analyse coûts-avantages ;
- Rempli le formulaire d'évaluation du produit avec votre entreprise ;
- Sélectionné un produit de l'entreprise pour une production locale ;
- Avoir vendu plus de 90 % des actions de votre entreprise !

Commencez à préparer la réunion de votre conseil d'administration (CA) en finalisant le plan d'affaires de votre entreprise.

Si vous êtes dans le département des ventes, votre fiche des ventes doit être prête pour la réunion du CA.

Si vous êtes membre du département des relations publiques, vous devez vous assurer que des copies du plan d'activités sont disponibles pour tous lors de la réunion du conseil d'administration.

Semaine 6 :

## Introduction à la Réunion du conseil d'administration

### 6. Aperçu des protocoles de réunion du conseil d'administration

Réunion  
d'équipe /  
session de  
travail des  
élèves

- Diriger une réunion du conseil d'administration
- Commencer le processus de préparation « Créer un nouveau produit »
- Approuver le projet et lancer le plan de projet

### Introduction (de quoi parle cette leçon ?)

L'entreprise entre dans la phase d'opportunité d'affaire du programme. Vous et vos collègues organisez une réunion du conseil d'administration pour approuver le plan d'affaires de l'entreprise, examiner les stratégies de mise en œuvre et adopter la charte de l'entreprise.

Vous et vos collègues devez :

- Initier le développement et/ou la production du produit ;
- Garder des registres précis et organisés de toutes les transactions des départements.

### La tâche (quelles activités ferez-vous ?)

Le Directeur général et les directeurs de départements sont chargés de diriger la réunion du conseil d'administration. Le directeur général suit son ordre du jour et dirige la réunion selon la procédure parlementaire. Le règlement de la procédure parlementaire se trouve aux pages 15 et 16 de ce Manuel. La charte sera présentée l'ensemble de l'entreprise au cours de la réunion. Le département des relations publiques est chargé de faire des copies du plan d'affaires pour les participants.

Assurez que la fiche du tableau des ventes est présentée avec les autres fiches.

À la réunion d'aujourd'hui, le conseil d'administration procédera à un examen final et demandera l'approbation du plan d'affaires de l'entreprise. En outre, la Charte sera officiellement présentée à l'entreprise. Si la charte est approuvée ; cela signifie que l'entreprise est prête pour la production.

### Réunions du conseil d'administration

À ce stade du programme, le DG et les directeurs de départements sont chargés de diriger chaque réunion.

Le département des relations publiques doit distribuer des copies du plan d'affaires aux participants de la réunion. Conformément à l'ordre du jour et aux règles de procédure parlementaire, le directeur général dirige la réunion.

Le DG et les directeurs de départements doivent être prêts à revoir les règles de Procédure parlementaire avec les membres de l'entreprise. L'ordre du jour du DG doit prévoir du temps pour chaque département pour résumer sa contribution au plan d'affaires global de l'entreprise. Cela garantit que tous les départements ont une compréhension claire de toutes les fonctions de l'entreprise.

# Répartition par départements

Après la réunion du conseil d'administration, passez le reste de la réunion à travailler avec les membres de votre département.

Chaque département doit s'assurer que chacun des membres comprend ses responsabilités au sein du département et les livrables de l'entreprise pour cette réunion.

Le DG doit veiller à ce que tous les départements aient les informations et les ressources nécessaires pour mener à bien leurs tâches.

Les départements du marketing et de la production devraient travailler ensemble pour rechercher et commander du matériel en vue de la phase de production du programme.

Les départements des finances et des ressources humaines identifient et remplissent tous les registres et transactions de l'entreprise.

Le département des relations publiques est chargé d'aider les autres services, au besoin.

## Clôture de la session

À la fin de la session, vous devez :

- Comprendre votre rôle au sein de votre département et sa contribution au succès global de l'entreprise.
- Commencer à vous préparer à la phase d'opportunité commerciale en tant qu'entreprise (fabrication et production du produit).

compréhension claire de toutes les fonctions de l'entreprise. Cela garantit que tous les départements ont une vision globale de l'entreprise. Chaque département peut résumer sa contribution au plan d'affaires global de l'entreprise. L'ordre du jour du DG doit être prêt à revoir les règles de

Semaine 7 :

## Production et planification de projet

### 7. Aperçu du processus de production en utilisant la planification de projet

Réunion  
d'équipe /  
session de  
travail des  
élèves

- Acheter des matériaux pour la production
- Démarrer le processus d'opération de l'entreprise
- Réaliser la première vente

### Introduction (de quoi parle cette leçon ?)

Cette session planifie le projet « Créer un nouveau produit » et prépare le département de production pour les travaux à venir. Une fois la planification terminée, l'exécution du projet commence. Les documents nécessaires à la production du produit, tels que le plan de gestion des ressources en annexe et le processus de commandes, ainsi que le plan d'affaires de l'entreprise sont mis en œuvre. Vous et vos collègues pouvez participer à une session avec des conférenciers invités pour en savoir plus sur ce processus.

Vous et vos collègues devez :

1. Commencer à acheter des matériaux nécessaires à la production.
2. Préparer les enregistrements nécessaires aux opérations de l'entreprise.
3. Identifier les formulaires de bons de commande et le processus de vente des produits.

### La tâche (quelles activités ferez-vous ?)

Votre formateur dirigera une séance de révision des descriptions et responsabilités des départements énumérés lors de la deuxième réunion.

Vous passerez en revue les formulaires de bons de commande de votre entreprise et la fiche des ventes.

Avec vos collègues, passez en revue les formulaires de bons de commande et le processus de vente de produits. Réviser brièvement les formulaires qui seront remplis par chaque département.

Votre formateur vous guidera dans une activité de vente où deux membres de l'entreprise mettront en scène le processus du formulaire de commande. Un élève jouera le rôle du client et l'autre l'employé de l'entreprise. N'oubliez pas que des informations précises et lisibles fournies par les deux parties aideront l'entreprise à suivre les commandes et garantiront une livraison rapide et des clients satisfaits !

Au cas où un conférencier serait invité, votre formateur vous donnera un bref aperçu du sujet à discuter, le profil du conférencier et toute information supplémentaire nécessaire. Vous et vos collègues devez avoir une compréhension claire des livrables de l'entreprise.



Créez une matrice d'attribution des responsabilités (MAR) pour votre projet "Créer un nouveau produit" afin d'attribuer des tâches à chaque membre du service.

## Canevas MAR

Activité					

Le département des finances et le département de la production doivent ensuite collaborer pour élaborer un budget pour le projet "Créer un nouveau produit".

Un budget est une estimation du coût du projet, y compris la main-d'œuvre, les fournitures et les frais généraux (bureaux et équipements). Faites la somme des devis pour déterminer le coût total du projet. (Voir ci-dessous le canevas du budget)

## Canevas du calendrier de projet

Activité	Heures de travail	Ressources	Coût du travail	Coût des fournitures
<b>Total</b>				

Créez un plan de communication pour la gestion de projet afin de vous assurer que toutes les parties prenantes sont bien au fait du projet et de son avancement à tout moment. Utilisez le canevas ci-dessous afin d'organiser votre plan de communication en conséquence et de déterminer qui, dans l'entreprise, est responsable de quoi. Le département production travaillera en collaboration avec le département des relations publiques dans l'élaboration de ce plan de communication.

## Canevas du plan de communication

Qui contacter	Quoi communiquer ?	Comment ? (Méthode)	Quand ?

Participez à une séance de brainstorming pour créer un inventaire des risques avec vos collègues.

## Canevas de l'inventaire des risques

Qu'est-ce qui pourrait mal tourner ?	Niveau de risque F=faible M=moyen E=élevé	Zone d'impact R=Ressources C= Calendrier P=portée Q=Qualité	Comment l'éviter ou y palier

Organisez une réunion d'entreprise pour examiner et approuver les documents du projet "Créer un nouveau produit" ci-dessus.

## Clôture de la session

À la fin de la session, vous devez :

- Avoir passé en revue les formulaires de bons de commande ;
- Avoir commencé la production ou la préparation pour la production.

Semaine 8 :

## Exécution du projet « Créer un nouveau produit » pour démarrer la production

### 8 Exécution du projet « Créer un nouveau produit » pour démarrer la production

Réunion  
d'équipe /  
session de  
travail des  
élèves

- Utiliser le processus d'exécution de la gestion de projet (suivi, correction et contrôle) pour exécuter la production et les ventes
- Soumettre un rapport sur l'état d'avancement du projet

### Introduction (de quoi parle cette leçon ?)

Cette session met l'accent sur la mise en œuvre. Chaque département commence à mettre en œuvre le plan d'affaires de l'entreprise. Au fur et à mesure que le processus se poursuit, vous et vos collègues participerez activement aux opérations de l'entreprise en faisant ce qui suit :

- Affiner et mettre en œuvre tous les aspects du plan d'affaires de l'entreprise ;
- Se préparer à vendre le produit au marché cible défini ;
- Continuer la production ;
- Tenir des registres précis et organisés de toutes les transactions ;
- Fournir un rapport sur l'état d'avancement du projet aux parties prenantes.

### La tâche (quelles activités ferez-vous ?)

Assurez-vous que vous et vos collègues connaissez ce qui doit être accompli lorsque l'entreprise entre dans la phase d'opportunité d'affaires.

N'oubliez pas que vous et vos collègues gagnez chacun 10% de commission de vente sur la quantité totale de produits que vous vendez.

Commencez la production de l'entreprise en veillant à ce que chaque membre de l'entreprise passe en revue son rôle et les tâches qui lui sont assignées.

### Clôture de la session

À la fin de la session, vous devez avoir :  
Effectué les tâches décrites par les directeurs de départements ;  
Continué la production et commencé les ventes de produits.

## CANEVAS DU RAPPORT SUR L'ETAT D'AVANCEMENT

Rapport sur l'état d'avancement:

Projet : Créer un nouveau Produit:

Nom de l'équipe :

Date :

État d'avancement du projet :

- En bonne voie
- Risque de dérailler
- Hors de contrôle

Tâches accomplies : Quel travail avez-vous accompli ?

Tâches en cours : Sur quoi travaillez-vous actuellement ?

Tâches planifiées : Quel travail n'avez-vous pas encore commencé ?

Défis : Quels défis avez-vous rencontrés ?

Quelles mesures avez-vous ou comptez-vous prendre pour les résoudre ?

Questions à discuter : De quelles questions avez-vous besoin de discuter avec votre directeur de projet?

## Semaine 9 :

# Ventes

## 9. Aperçu des ventes

Réunion  
d'équipe /  
session de  
travail des  
élèves

- Continuer avec les ventes de produits de l'entreprise
- Ajuster les stratégies inefficaces, le style de gestion de projet

## Introduction (de quoi parle cette leçon ?)

Dans le prolongement de l'activité de la semaine dernière, vous et vos collègues continuerez de produire et de vendre votre produit. Dans cette activité, l'accent sera mis sur des techniques de vente spécifiques qui vous aideront, vous et vos collègues, à atteindre vos objectifs de vente. Certaines compétences clés à retenir de cette activité comprennent la communication orale et écrite, le brainstorming, le travail d'équipe, la collaboration et la prise de parole en public. À la fin de la session, vous et vos collègues devez :

- Identifier les techniques et stratégies de vente efficaces.
- Reconnaître les stratégies de production inefficaces et faire les ajustements nécessaires

## La tâche (quelles activités ferez-vous ?)

Examiner les activités de vente et procéder à des ajustements si nécessaire pour augmenter les ventes.

La vente de produits est essentielle au succès de l'entreprise. Vous et vos collègues serez impliqués dans la vente des produits de l'entreprise.

Le département marketing doit passer en revue les techniques de vente au cours de la réunion pour voir si votre entreprise progresse et atteint ses objectifs.

N'oubliez pas que vous et vos collègues gagnez chacun une commission de 10 % sur les ventes totales de produits à la fin du programme. Il est de la responsabilité de chacun de vendre les produits de l'entreprise.

La répétition des présentations les uns avec les autres devrait vous aider, vous et vos collègues, à devenir de meilleurs vendeurs. Essayez également d'offrir un retour constructif sur le discours de vente de vos collègues. Un feedback constructif est un feedback en sandwich qui commence par ce que vous appréciez dans l'argumentaire de vente, ce que vous pensez qu'il peut améliorer ou travailler, puis l'effet positif global que vous pensez que son argumentaire aura.

Votre formateur vous guidera à travers une série d'improvisations de vente afin d'améliorer le discours de vente de chacun.

Vous remarquerez que la répétition continue vous permet d'améliorer votre discours de vente et de mieux connaître votre produit. Cette méthode est efficace pour répondre aux questions difficiles des clients potentiels.

## Clôture de la session

À la fin de la session, vous devez :

- Enregistrer les ventes réalisées sur les fiches de vente ;
- Répétez votre discours de vente ;
- Notez vos attentes pour les sessions à venir.

Semaine 10 :

## Ventes, stratégie et clôture du projet

### 10. Aperçu de la vente, revue des produits et lancement de la clôture du projet

Réunion  
d'équipe /  
session de  
travail des  
élèves

- Commencer à préparer les ventes réalisées dans des rapports pertinents
- Diriger la revue des produits
- Clôturer le projet « Créer un nouveau produit »

### Introduction (de quoi parle cette leçon ?)

Grâce à l'action de synthétiser et d'évaluer l'information, de faire des observations et de travailler en équipe, vous et vos collègues êtes encouragés à organiser des réunions de service pour partager les meilleures pratiques et proposer des changements aux opérations actuelles de l'entreprise dans le but de :

- Continuer les ventes et la production de vos produits.
- Passer en revue des produits
- Affiner les stratégies des différents départements.

### La tâche (quelles activités ferez-vous ?)

Calculez votre indice de performance programmée (SPI) en fonction des ventes réalisées par rapport aux objectifs de vente. Par exemple, si votre entreprise JA a ciblé un objectif de vente de produits d'une valeur de 400 \$ mais a réalisé que 250 \$, le SPI est de  $250/400 = 63\%$  ou 0,63 indique que vous êtes sur la bonne voie si vous avez une semaine ou deux pour terminer les ventes. Grâce à cet indice, vous pouvez suivre les progrès de votre équipe et décider si vous devez accélérer les ventes en essayant différentes stratégies. Si les ventes sont trop élevées, cela peut signifier que les ventes vont trop bien. Peut-être que les clients achètent le produit pour une raison ou un besoin différent et que vous devez procéder à une enquête.

Lisez la section Examen des objectifs et de l'expérience de l'entreprise à la page suivante. Elle comprend des questions qui vous encouragent, vous et vos collègues, à réfléchir et à évaluer vos expériences. Vous et vos collègues devez examiner les questions au cours de cette réunion ou peu de temps avant la dixième réunion.

Discutez avec vos collègues pour déterminer leur niveau d'intérêt actuel. Certains peuvent être frustrés par le programme s'ils ont du mal à vendre le produit. Soyez un membre de l'équipe qui soutient et écoute. Vous pouvez proposer de les aider ou faire appel à votre formateur pour encourager vos collègues. Discutez également d'une liste des meilleures pratiques

Votre formateur, qui est maintenant le consultant de votre entreprise, mènera une discussion sur les succès et les échecs de l'entreprise. Ce processus permettra d'établir une liste des meilleures pratiques pour aider l'entreprise à ajuster ses procédures.

Il se peut qu'un conférencier soit présent. Si c'est le cas, c'est lui qui pourrait mener la discussion sur les meilleures pratiques, comme indiqué dans la section suivante sur les réunions d'entreprise, ou offrir des idées pour établir efficacement les meilleures pratiques dans un contexte entrepreneurial.

Faire le point sur les objectifs et l'expérience de l'entreprise

Répondez aux questions suivantes :

1. En tant qu'individus, départements et entreprise JA, avons-nous progressé, sur la base de la mission et des objectifs de vente de notre entreprise ?
2. En tant qu'entreprise, devons-nous intensifier nos efforts pour augmenter les ventes ?
3. Faut-il augmenter la production ?
4. Devons-nous intensifier nos efforts en matière de marketing ou de publicité ?
5. Est-ce que tous les départements de l'entreprise tiennent des registres précis et à jour ?
6. Quelle est la plus grande réussite de notre entreprise JA jusqu'à présent ?
7. Que peut améliorer notre entreprise ?
8. Identifiez un membre de l'entreprise qui a travaillé extrêmement dur, mais qui n'a reçu aucune reconnaissance. Comment pouvez-vous apporter à cette personne une certaine reconnaissance ?
9. Qu'est-ce que vous appréciez le plus dans votre entreprise jusqu'à présent ?
10. Quelle est la chose qui vous enthousiasme le plus ?

## Les Meilleures Pratiques

Une meilleure pratique est une activité ou une procédure qui est plus efficace et efficiente que d'autres. L'examen des meilleures pratiques aide les entreprises à adapter et à améliorer leurs processus et procédures.

Réfléchissez à certaines des meilleures pratiques au sein de votre communauté. Recherchez des exemples qui montrent que de nombreuses techniques ont été utilisées, mais l'une d'entre elles était clairement prépondérante. Suggérez d'envisager des solutions sociales, économiques et environnementales mises en œuvre partout dans le monde.

Lors des réunions de départements, vous et vos collègues devez identifier les meilleures pratiques pour votre groupe. Une fois identifié, chaque groupe est responsable de déterminer comment modifier ou améliorer les processus et procédures du département. Chaque département est responsable d'informer le reste de l'entreprise de tout changement de procédure.

Remplir le formulaire des enseignements tirés Trouvez le canevas ci-dessous pour remplir votre rapport.

## Clôture de la session

- Compris les meilleures pratiques et comment les mettre en œuvre ;
- Expliqué/défendu tout changement apporté aux processus au sein de votre service ;
- Effectué les tâches comme indiqué par le directeur de votre département ;
- Conduit la revue des produits ;
- Continué la production de produits ;
- Continué à vendre ;
- Commencé à penser à la liquidation de l'entreprise ;
- Lisez la section intitulée Point sur les objectifs et l'expérience de l'entreprise.

### Modèle de rapport sur les enseignements tirés

Rapport sur les enseignements tirés

Projet : Créer un nouveau Produit

Nom de l'équipe :

Qu'avons-nous fait de bien ?

Qu'aurions-nous pu faire de mieux ?

Que devrions-nous continuer à faire ?

Quels étaient les principaux défis rencontrés au cours du projet, et comment ont-ils été relevés ?

Quels « enseignements » avez-vous tirés de ce projet et qui pourraient vous être utiles à l'avenir dans d'autres projets ?

## Semaine 11 : Inventaire

### 11. Aperçu du rapport annuel

Réunion  
d'équipe /  
session de  
travail des  
élèves

- Compiler les rapports en préparation à la réunion du conseil d'administration
- Faire un résumé des 7 projets « Créer un nouveau produit » clôturés

### Introduction (de quoi parle cette leçon ?)

Les objectifs de cette session comprennent l'identification et l'évaluation des besoins de production et d'inventaire pour la vente du produit final et la préparation de tous les formulaires et registres nécessaires pour le rapport annuel. Vous et vos collègues devez commencer à finaliser la production, évaluer les stocks excédentaires et préparer la réunion du conseil d'administration.

### La tâche (quelles activités ferez-vous ?)

Prendre comme exemples des rapports annuels de diverses entreprises.

Tous les départements devraient commencer à collecter et à compiler les dossiers et les sommaires nécessaires pour le rapport annuel.

Le moment est venu de finaliser les ventes de l'entreprise. Essayer de conclure les ventes de produits avant la prochaine réunion. Votre entreprise doit remplir le rapport annuel pour la réunion du conseil d'administration (treizième réunion). Passer en revue les descriptions de vos départements qui se trouvent à la section deuxième réunion de ce manuel.

### Rapport annuel

Le rapport annuel est l'occasion pour l'entreprise de présenter ses réalisations au public. Bien que le responsable des relations publiques soit chargé de coordonner chaque section, toute l'entreprise contribue à la rédaction de ce rapport. Passer en revue la liste de contrôle du rapport annuel avec votre département. La liste ci-dessous indique les formulaires requis et la responsabilité de chaque département.

### Liste de contrôle du rapport annuel

Le rapport annuel doit inclure les éléments suivants :

- La page de garde, y compris le logo de l'entreprise (marketing)
- La table des matières (production)
- La présentation de la société et la lettre aux actionnaires (DG)
- La lettre de remerciement au bénévole (DG)
- La lettre de présentation des départements (tous les chefs de départements)
- État des activités (finances)

- Règlement (ressources humaines)
- Aperçu du plan d'affaires (relations publiques)
- Le département production est responsable de l'impression et de la reliure du rapport annuel.
- Penser à inclure des éléments ou des images supplémentaires. Cela ajoutera de la valeur au rapport annuel de l'entreprise.

## Clôture de la session

À la fin de la session, vous devriez avoir :

- Commencer à boucler la production ;
- Commencer à rédiger le rapport annuel.

Semaine 12 :

## Rapport Annuel

### 12. Aperçu du rapport annuel

Réunion  
d'équipe /  
session de  
travail des  
élèves

- Soumettre tous les rapports pour examen en vue de la réunion du conseil d'administration
- Remplir le plan d'action personnel
- Remplir le formulaire des enseignements tirés

### Introduction (de quoi parle cette leçon ?)

La session sera axée sur la recherche et la manière d'appliquer ce que vous et vos collègues avez appris dans le cadre d'une entreprise à des activités entrepreneuriales personnelles. Les objectifs à atteindre au cours de cette session comprennent :

- La mise en pratique des enseignements tirés du projet d'entreprise ;
- La création d'un plan d'action personnel ;
- La compilation du rapport annuel

### La tâche (quelles activités ferez-vous ?)

Passer en revue le plan d'action personnel qui se trouve à la page 58 de ce manuel. Il est conçu pour vous fournir, à vous et vos collègues, un plan individuel à suivre après la liquidation de l'entreprise.

Faire un bref rappel des notions de la réunion précédente. Avec vos collègues, vous discuterez des prochaines étapes de votre parcours entrepreneurial.

### Prochaines étapes

Cette discussion vous aidera, vous et vos collègues, à reconnaître l'importance de tout ce que vous avez appris durant ce programme et à reconnaître votre capacité à créer dorénavant votre propre entreprise. Commencez par décrire votre expérience. Qu'avez-vous fait de mieux ? Qu'avez-vous le moins apprécié ? Vous constaterez peut-être que vos goûts et vos aversions pourraient être un indicateur des types d'activités professionnelles que vous pourriez apprécier ou non à l'avenir.

En achevant le programme mini-entreprise, vous et vos collègues avez fait preuve d'esprit d'entreprise. Avec les connaissances et l'expérience que vous avez acquises, vous êtes maintenant prêts à vous lancer dans votre propre aventure entrepreneuriale.

### Conseils (Selon vous quels conseils vous seraient utiles pour clôturer ce module ?)

# Plan d'action personnel

Un entrepreneur c'est qui ? Un entrepreneur c'est un innovateur - celui qui reconnaît les opportunités et organise les ressources pour en profiter. Les quatre pratiques de base des entrepreneurs prospères sont :

Les entrepreneurs ont un sens de la mission concernant leur entreprise - une conviction profonde qu'ils font quelque chose d'important. Pour réaliser leur « mission », ils deviennent des experts dans l'identification des besoins du marché et la production de produits ou de services compétitifs. Les entrepreneurs créent une vision client ou produit puissante pour eux-mêmes et leurs employés. Ils comprennent clairement que « aimer le client » et « aimer le produit » sont les clés de la création et du maintien d'une entreprise à forte croissance.

Les entrepreneurs sont des maîtres de l'innovation. Ils sont constamment en action, équipant leur entreprise pour répondre aux besoins des clients. Les entrepreneurs prospères mettent en place de meilleures méthodes, moins chères et plus efficaces que la concurrence. Les entrepreneurs sont leur propre source d'inspiration. Ils aiment ce qu'ils font et cherchent continuellement des moyens d'améliorer leur manière de le faire. Ce haut niveau de dévouement et de performance résulte du savoir qu'ils seront confrontés au quotidien aux conséquences (positives ou négatives) de leurs efforts.

Vous êtes un entrepreneur ! En participant au programme mini-entreprise, vous avez créé une vision client ou produit en devenant des experts des besoins du marché et en produisant des produits compétitifs. Vous avez maintenu un fort engagement envers votre entreprise et avez fait face aux conséquences positives et négatives de toutes les entreprises commerciales. En quelques mois, vous avez créé une entreprise, généré un produit et réalisé un profit (espérons-le). Quelle incroyable réussite !

Maintenant vient la principale question : comment pouvez-vous transformer toute l'expérience que vous avez acquise en un projet entrepreneurial viable ? Quel type de produit allez-vous créer ? Quel est le besoin existant sur le marché ? Utilisez le plan ci-dessous pour explorer les possibilités.

## Quelle est la prochaine étape ?

Vous voulez créer votre propre entreprise, mais par où commencer ? Vous avez peut-être une idée de produit et de marché qui vous passionne. Vous pensez qu'il a un grand potentiel. Même avec vos ressources financières limitées, vous devez vous lancer rapidement ! Sur quoi devez-vous vous concentrer ? Comment devriez-vous occuper votre temps ? Quelles sont les actions les plus importantes que vous devez entreprendre pour vous lancer ?

Le plan d'action personnel est conçu pour vous guider et vous inspirer lorsque vous commencez à élaborer une stratégie pour votre propre entreprise.

Les gestionnaires doivent fournir un rapport d'étape sur la liquidation et le rapport annuel. Si nécessaire, ils doivent se réunir avec leurs départements et répartir les tâches en suspens.

Remplissez les espaces vides ci-dessous et restructurez vos réponses de la première colonne en activités commerciales potentielles dans la deuxième colonne. Par exemple, « j'aime les ordinateurs » pourrait devenir « réparation d'ordinateurs », et « je suis bon en jardinage » pourrait devenir « service d'aménagement paysager ».

- Certains de vos intérêts et compétences peuvent nécessiter une réflexion créative pour les redéfinir en opportunités commerciales. D'autres pourraient ne pas fonctionner du tout ; mettez-les de côté et passez à autre chose.

<p><b>Qu'est-ce que j'aime vraiment faire ?</b></p>	<p><b>Le produit ou marché gagnant</b></p>
<p>1. 2. 3. 4. 5.</p>	<p>1. 2. 3. 4. 5.</p>
<p><b>Qu'est-ce que je sais vraiment faire ?</b></p>	<p><b>Le produit ou marché gagnant</b></p>
<p>1. 2. 3. 4. 5.</p>	<p>1. 2. 3. 4. 5.</p>
<p><b>Quel besoin du marché avez-vous détecté ?</b></p>	<p><b>Le produit ou marché gagnant</b></p>
<p>1. 2. 3. 4. 5.</p>	<p>1. 2. 3. 4. 5.</p>

Identifiez le marché ou produit gagnant le plus prometteur - celui qui vous enthousiasme le plus et répondez aux questions suivantes.

Quelles mesures dois-je prendre pour identifier les ressources financières nécessaires (y compris le paiement des premiers clients) pour la phase de démarrage de l'entreprise ?

- 1.
- 2.
- 3.

Quelles mesures dois-je prendre pour identifier et commencer à commercialiser auprès de clients potentiels ?

- 1.
- 2.
- 3.

Quelles mesures dois-je prendre pour concevoir ou faire en sorte que la première version du produit ou du service soit disponible pour les tests de marché ?

- 1.
- 2.
- 3.

Quelles mesures dois-je prendre pour évaluer et mettre en place les capacités de production et de commercialisation nécessaires pour fabriquer et vendre le produit, et servir les clients ?

- 1.
- 2.
- 3.

Vous disposez maintenant d'une base pour vous lancer dans votre propre aventure entrepreneuriale. Passez en revue les questions auxquelles vous venez de répondre et inscrivez des dates à côté des actions qui vous semblent cruciales pour le démarrage de votre entreprise. Engagez-vous à mener ces actions au cours des trois à six prochains mois.

Réfléchissez à tout ce que vous avez accompli grâce à l'expérience du programme mini-entreprise. Utilisez ces compétences, pensez de manière créative et soyez enthousiaste ! Votre aventure entrepreneuriale n'attend que vous !

## **Clôture de la session**



À la fin de la session, vous devriez avoir :

- Achevé le rapport annuel.
- Achevé le plan d'action personnel.

Semaine 13 :

## Réunion du Conseil d'administration

### 13. Tenue de la dernière réunion du conseil d'administration

Réunion  
d'équipe /  
session de  
travail des  
élèves

- Conduire la réunion du conseil d'administration
- S'assurer que chaque employé ou gestionnaire reçoit ses dividendes
- Répondre aux questions posées après l'enquête
- Analyser les informations supplémentaires

### Introduction (de quoi parle cette leçon ?)

Grâce à la procédure parlementaire, vous et vos collègues dirigerez la dernière réunion du conseil d'administration et approuverez le rapport annuel. Les objectifs de cette séance seraient les suivants :

- Distribuer les dividendes des actionnaires.
- Célébrer le succès de votre entreprise.

Les compétences à développer sont les suivantes : la réflexion individuelle et d'entreprise, la synthèse et l'évaluation de l'information, l'évaluation de groupe et l'auto-évaluation.

### La tâche (quelles activités ferez-vous ?)

La réunion est présidée par le DG de l'entreprise. C'est l'occasion de montrer les compétences en matière de leadership et de communication que vous avez affinées au cours du programme, et de partager les succès de l'entreprise.

### Réunion du Conseil d'administration

Les directeurs de départements et leurs départements respectifs doivent être prêts à partager leur contribution au rapport annuel. Le DG établit l'ordre du jour. Un temps de réflexion et de discussion est encouragé.

Il se peut que vous et vos collègues ayez besoin de temps pour régler des points de dernière minute avant la dernière réunion du conseil. Adaptez le programme en conséquence.

- Règlement (ressources humaines)
- Aperçu du plan d'affaires (relations publiques)
- Le département production est responsable de l'impression et de la reliure du rapport annuel.
- Penser à inclure des éléments ou des images supplémentaires. Cela ajoutera de la valeur au rapport annuel de l'entreprise.

## Clôture de la session

À la fin de la session, vous devriez avoir :

- Commencer à boucler la production ;
- Commencer à rédiger le rapport annuel.

## SUJETS SUPPLEMENTAIRES

### I. ÉTHIQUE DES AFFAIRES ET RESPONSABILITE SOCIALE

Une définition pratique de l'éthique proposée par le regretté Albert Schweitzer :  
« Dans un sens général, l'éthique est le nom que nous donnons à notre souci de bonne conduite. Nous nous sentons obligés de prendre en compte non seulement notre propre bien-être personnel, mais aussi celui des « autres » et de la société humaine dans son ensemble. »

Toutes les cultures accordent de l'importance à l'éthique et au comportement éthique. La manière dont elles le font diffère d'une culture à l'autre. Par exemple, dans certains pays asiatiques, on considère comme un signe de respect le fait d'offrir des cadeaux à ses partenaires commerciaux et à ses clients potentiels. En Occident, cependant, de tels cadeaux peuvent être considérés comme des pots-de-vin - des tentatives d'influence sur les décisions d'un individu et sont donc perçus comme contraires à l'éthique. Dans la plupart des cultures africaines, on accorde une grande importance au fait d'assumer les responsabilités familiales envers la grande famille. En Occident, en revanche, l'accent est mis sur le fait d'assumer les responsabilités envers la famille nucléaire immédiate.

Il existe des principes éthiques qui transcendent les différences culturelles, tels que

- L'HONNÊTETÉ - qui est valorisée par toutes les grandes cultures.
- Le RESPECT : pour les droits de propriété - ceci est vrai dans toutes les cultures
- Les actes de violence barbares - ils sont universellement perçus comme mauvais, qu'ils soient perpétrés par des individus ou des États.

L'éthique est la « prise en compte des intérêts des autres et de la société humaine ». Lorsque nous parlons d'éthique dans les affaires, nous parlons de la considération ou de la perception des autres de nos activités.

#### Qui sont les « tiers » quand on parle d'éthique des affaires ?

Il s'agit des individus ou groupes d'individus qui ont un intérêt dans le fonctionnement d'une entreprise ou qui sont affectés par ses actions - **LES PARTIES PRENANTES.**

Dans une économie de marché, une entreprise possède de nombreuses parties prenantes. Les principales sont :

- **LES EMPLOYÉS** : en échange de leurs compétences et de leur loyauté, comptent sur l'entreprise pour leur offrir une rémunération et des avantages raisonnables, un traitement équitable et des conditions de travail sûres.
- **LES FOURNISSEURS OU CLIENTS** : dépendent de l'entreprise pour un

traitement juste et équitable, notamment en ce qui concerne les offres de contrats et les informations sur les prix de la concurrence.

- **LES COLLECTIVITES LOCALES** : font confiance à l'entreprise pour maintenir un environnement sûr et sain.
- **LE GRAND PUBLIC ET LES REPRÉSENTANTS DU GOUVERNEMENT** : attendent de l'entreprise qu'elle respecte toutes les lois et réglementations, y compris le paiement des taxes applicables.

On attend également des entreprises qu'elles mènent leurs activités de manière à créer une relation de confiance avec le public et qu'elles s'abstiennent de corrompre les fonctionnaires.

L'un des principes fondamentaux d'une économie de marché libre est la liberté des individus et des entreprises de prendre des décisions en fonction de leur intérêt personnel. Et pourtant, liberté n'est pas synonyme de licence. Les personnes qui jouissent de liberté ont également la responsabilité d'agir de manière à préserver ces libertés pour les générations futures.

Il est essentiel que l'éthique imprègne tout marché. Sans la pratique volontaire de l'éthique des affaires, la corruption et les abus à grande échelle peuvent entraîner une déstabilisation, conduisant à une implication excessive du gouvernement dans les affaires et réduisant progressivement les libertés qui sont fondamentales pour une économie de marché efficace et prospère.

### **Le coût de la corruption**

On estime que la corruption coûte aux économies africaines plus de 148 milliards de dollars US par an et qu'elle augmente le coût des marchandises de 20%. En 1996, on a estimé que jusqu'à **30 milliards de dollars US alloué à l'aide** en Afrique ont fini dans des comptes bancaires étrangers, un montant égal à deux fois le produit intérieur brut (PIB) annuel du Ghana, du Kenya et de l'Ouganda (Michelle Celarier (1996) The Cost of Corruption). La corruption entraîne une perte d'environ **50 % des recettes fiscales**. Les ménages à faibles revenus dépensent en **moyenne 2 à 3 % de leurs revenus** en pots-de-vin, contre 0,9% pour les ménages à revenus plus élevés.

### **12 Questions pour examiner l'éthique d'une décision commerciale**

1. Avez-vous défini le problème avec précision ?
2. Comment définiriez-vous le problème si vous vous trouviez de l'autre côté de la barrière ?
3. Comment la situation s'est-elle produite en premier lieu ?
4. A qui et à quoi accordez-vous votre loyauté en tant que personne et en tant que membre de l'entreprise ?
5. Quelle est votre intention en prenant cette décision ?
6. Comment cette intention se compare-t-elle aux résultats probables ?
7. Qui votre décision ou action pourrait-elle affecter négativement ?
8. Avez-vous discuté du problème avec les parties concernées avant de prendre vos décisions ?

9. Pouvez-vous divulguer sans inquiétude votre décision ou votre action à votre patron, votre DG, votre conseil d'administration, votre famille et votre société dans son ensemble ?
10. Vos actions ont-elles une importance symbolique dans la société ?
11. Peut-elle être interprétée à tort comme quelque chose de négatif ?
12. Dans quelles conditions accepteriez-vous des exceptions ou des points de vue alternatifs à votre position ?

## II. LA RESPONSABILITÉ SOCIALE

De nos jours, on attend des entreprises qu'elles assument une certaine forme de responsabilité sociale dans le cadre de leurs activités commerciales. Les entreprises peuvent y faire référence sous différents noms :

- Investissement social communautaire (ISC) ;
- Responsabilité sociale des entreprises (RSE) ;

Leur point commun est qu'elles définissent les activités de l'entreprise en fonction de leur impact :

- La communauté où elle opère ;
- Son personnel, leurs familles et leurs communautés ;
- Le bien-être général du pays où elle opère ;
- L'environnement en termes de pollution et d'utilisation responsable des ressources renouvelables et non renouvelables.

L'environnement en termes de pollution et d'utilisation responsable des ressources renouvelables et non renouvelables. Elle peut être strictement éthique en ce qui concerne sa gestion financière, mais peut néanmoins avoir un impact social sur la communauté dans laquelle elle opère.

Les entreprises mettent généralement de côté une partie de leurs bénéfices annuels et s'assurent que l'argent est dépensé dans des programmes qui ont un avantage social direct pour la communauté dans laquelle elles opèrent. Voici quelques exemples de domaines au plan social dans lesquels les entreprises investissent :

- L'éducation ;
- La formation professionnelle ;
- La lutte contre la pauvreté ;
- La santé ;
- Les problèmes environnementaux ;
- Les bourses pour les enfants du personnel ;
- Les dons en nature de nourriture, de vêtements et de couvertures ;
- Le bénévolat pour des projets communautaires (assainissement, orphelinat, personnes âgées, etc.) ;
- Organisation d'une journée au cours de laquelle l'ensemble du personnel participe bénévolement à un projet communautaire ;
- Dons du personnel à une organisation caritative de leur choix ;
- Collecte de vêtements, de nourriture et de jouets pour une association caritative désignée.

### Tâches

Rédigez une déclaration de responsabilité sociale pour votre entreprise JA. La déclaration de responsabilité sociale doit présenter les éléments suivants :

- La déclaration de votre entreprise JA doit être en rapport avec votre

- orientation en matière de responsabilité sociale :
- Une description des activités dans lesquelles votre société JA s'engagera à mettre en œuvre votre déclaration de responsabilité sociale ;
  - Cette déclaration et un rapport de vos activités doivent être soumis pour le rapport annuel.

Dans le cadre du concours national de l'entreprise de l'année (COY), qui aura lieu à la fin du programme, votre entreprise pourrait être récompensée comme l'entreprise ayant le meilleur projet de responsabilité sociale. Vous recevrez un prix et des certificats de reconnaissance spéciaux pour vos membres.

### III. **VOTRE AVENIR APRES LE PROGRAMME D'ENTREPRISE JA**

#### ***Autoréflexion sur les compétences de vie***

Vous êtes maintenant à la fin du programme mini-entreprise. Au cours des dernières semaines, vous avez appris toutes les théories commerciales essentielles et les connaissances pratiques dont vous aurez besoin si vous décidez de créer votre propre entreprise. En outre, vous avez eu une introduction très réaliste au monde du travail et à ce que sera votre premier emploi.

Certains d'entre vous ont maintenant une idée plus précise de leurs futures carrières et ont commencé à réfléchir à ce qu'ils/elles devront étudier après le lycée. Vous avez également appris beaucoup d'autres choses que le commerce. Vous aurez beaucoup appris sur le travail en équipe, la gestion du stress, la résolution de problèmes et à assumer la responsabilité de vos décisions et actions.

C'est ce que nous appelons les « compétences de vie ». Les compétences de vie courantes peuvent être classées comme suit :

**L'APPRENTISSAGE** - l'application et l'utilisation des connaissances.

Quoi que vous fassiez, et où que vous alliez à l'avenir, vous aurez besoin d'informations. Vous devrez utiliser des connaissances pour vous aider à faire face à l'évolution très rapide du monde dans lequel vous vivez. Quelles connaissances le programme mini-entreprise vous a-t-il apportées ? Vous avez appris la discipline personnelle et l'effort de groupe. Qu'est-ce que vous n'avez PAS appris ? Il n'a pas été question des syndicats ou des lois relatives à la création d'une entreprise. En fait, bon nombre des compétences de base

nécessaires à la création d'une entreprise n'ont pas été abordées. Il est tout aussi important d'identifier les informations manquantes que de répertorier celles qui sont disponibles.

**RELATION** - ou avoir de bonnes relations avec les gens.

Ce programme vous a certainement montré combien il est important de s'entendre avec les gens, de leur parler et de travailler avec eux. Lors de la sélection de votre équipe de direction, chacun d'entre vous a dû convaincre son formateur qu'il était la bonne personne pour le poste qu'il avait choisi.

Vous devrez faire la même chose lorsque vous postulerez un emploi. L'effort d'équipe sur la chaîne de production était le seul moyen d'atteindre vos objectifs. Il était important de s'entendre avec tout le monde. Et les ventes ? Une bonne communication avec vos clients est la clé du succès. Tout au long de votre vie, vous allez devoir apprendre à mettre les gens de votre côté. Prenez quelques minutes pour penser aux endroits où vous faites des rencontres au quotidien.

**CHOISIR** - ou fixer des objectifs

Chaque jour, vous prenez des décisions. Que dois-je porter ? Quel livre dois-je lire ? En vieillissant, les décisions deviennent plus compliquées et entraînent des conséquences plus graves. Comment faire un bon choix ? Tout en sachant quel résultat final vous souhaitez obtenir. En fixant des objectifs, vous choisissez une direction et toutes les décisions en cours de route deviennent plus faciles.

Quels étaient vos objectifs dans ce programme ? Faire des bénéfices, atteindre des objectifs, répondre aux besoins de vos clients. En cours de route, il y avait des décisions à prendre. Connaître le résultat escompté, vous a-t-il aidé à faire des choix. Pensez aux objectifs que vous pouvez vous fixer dès maintenant. Vous pourrez mettre en pratique ces trois compétences demain. Fixez-vous des objectifs afin de savoir ce que vous cherchez à atteindre. Renforcez vos connaissances à chaque occasion et utilisez les informations dont vous disposez. Enfin, apprenez à vous entendre avec les gens. Travaillez à améliorer vos compétences en matière de communication. À moins que vous ne partiez sur une île déserte, vous serez entouré de personnes pour le restant de vos jours.

Vous trouverez à la fin de vos notes de cours quelques conseils pour vous présenter à un entretien, ainsi qu'une présentation simple pour un CV. Votre journal d'autoréflexion vous aura été utile pour vous aider à réfléchir de manière critique à vos pensées et actions tout au long du programme.

**Votre Curriculum Vitae**

CV est l'abréviation de **CURRICULUM VITAE**, qui signifie votre parcours personnel, ou le bilan de votre historique personnel. Il est fort probable que l'on

vous demande de fournir un CV lorsque vous postulez un poste dans un établissement d'enseignement supérieur ou à un emploi. Votre CV sera comparé à ceux de nombreux autres candidats, il s'agit donc d'un document très important. Considérez-le comme une occasion de vous « vendre » au recruteur - de susciter chez lui l'intérêt de vous rencontrer et de vous considérer comme un étudiant ou un employé potentiel.

Votre CV doit être soigneusement rédigé et inclure des photocopies de tous les certificats et références que vous pouvez avoir à l'appui des informations contenues dans le CV. Consultez l'annexe pour obtenir un modèle de CV à utiliser.

Prenez note de ce qui suit :

1. Votre CV doit être personnalisé pour chacune de vos candidatures. Veillez à choisir les mots clés de la description du poste et à adapter votre CV pour qu'il contienne ces mots clés et ces informations. Un CV générique ne peut pas convenir à toutes les candidatures.
2. Créez un profil LinkedIn sur le réseau social professionnel. Tout jeune qui cherche à progresser professionnellement doit s'assurer d'avoir un profil bien détaillé qui montre qui il est et ce qu'il veut apporter au monde. Inclure l'URL de votre profil dans votre CV.
3. Inclure dans votre CV des informations pertinentes à la description du poste et non pas tout ce qui concerne votre personne.
4. Veillez à contacter vos références pour les informer que vous les avez mentionnées dans votre CV à des fins de candidatures. Cela leur permettra de garder vos informations en tête et de pouvoir facilement attester et vous recommander le moment venu.

### **Entretien d'embauche : Préparation de l'entretien**

- Soyez sûr de l'heure, de la date et du lieu de l'entretien.
- Obtenez le plus d'informations possible sur l'entreprise, afin de pouvoir poser des questions pertinentes.
- Pratiquez ces questions avec un ami ou un parent
- N'oubliez pas de prendre votre CV avec vous.

### **L'entretien - Ne soyez jamais en retard !**

- S'habiller avec des vêtements propres et soignés
- Regardez les gens dans les yeux lorsque vous les saluez et donnez-leur une poignée de main ferme.

- Établissez un contact visuel avec votre interlocuteur.
- Ne vous asseyez pas avant qu'on ne vous y invite.
- Soyez poli, amical, sûr de vous et enthousiaste à propos du cours ou du travail pour lequel vous

postulez.

- Si vous ne comprenez pas une question, demandez une explication.
- Répondez aux questions honnêtement et du mieux que vous pouvez.

### **Questions qui peuvent vous être posées lors de l'entretien**

- Que pouvez-vous dire sur cette institution ou organisation ?
- Pourquoi souhaitez-vous rejoindre cette institution ou organisation ?
- Qu'avez-vous à apporter à l'organisation ?
- Quels sont vos objectifs de carrière et vos ambitions ?
- Aimez-vous travailler seul ou en
- groupe ?
- Parlez-nous de vous
- Racontez-nous une fois où vous avez échoué ou réussi quelque chose et pourquoi.
- Pourquoi devrions-nous vous choisir plutôt qu'un autre ?
- Combien espérez-vous être payé ?

### **Questions que vous pouvez poser pendant l'entretien**

- Vous avez dit que l'entreprise allait dans une direction « X » pour les « Y » prochaines années. Qu'est-ce que cela pourrait alors signifier pour ce poste particulier pour lequel vous recrutez ?
- Quelles seront les attentes à mon égard ?
- Quelles seront mes perspectives de promotion ?
- Quand puis-je espérer connaître votre décision concernant ma demande ?
- J'aimerais avoir si possible votre avis sur ma performance durant l'entretien. Est-ce que ça s'est bien passé ? Si non, qu'est-ce que je pourrais améliorer en tant que candidat ?

### **Pourquoi certains candidats échouent-ils aux entretiens d'embauche ?**

N'oubliez surtout pas que la première impression compte. Si vous avez la chance d'être invité à un entretien personnel, utilisez-le au mieux de vos capacités. Voici les erreurs courantes que commettent la plupart des candidats :

- Accuser du retard à une interview
- Une apparence personnelle

négligée

- L'incapacité à bien s'exprimer
- Le manque d'enthousiasme ou d'intérêt
- Une piètre réactivité durant l'entretien

- Accorder une importance excessive à l'argent

- Une réticence à commencer au bas de l'échelle

- Dénigrer ses anciens employeurs

- Faire de fausses déclarations

### **Ressources pour la recherche d'emploi**

Il existe de nombreuses ressources pour aider les jeunes qui cherchent un emploi. En voici quelques-unes :

- Les journaux locaux ;
- Les agences de recrutement - la plupart des agences de recrutement publient régulièrement des offres d'emploi sur leur site web ;
- Le bouche à oreille - parlez aux gens, y compris à vos parents, aux parents et aux proches de vos amis et à vos voisins. Les gens connaissent des gens ;
- En ligne. LinkedIn dispose d'une fonctionnalité qui vous permet d'indiquer aux recruteurs que vous êtes ouvert à un emploi. Vous pouvez également apprendre à configurer les alertes Google avec votre adresse électronique pour recevoir directement les notifications d'emploi dans votre région.

### **Conseils pour vous donner l'avantage**

Voici quelques conseils qui vous aideront à améliorer votre niveau de compétences :

- Faites du bénévolat lorsque l'occasion se présente. Cela compte comme une expérience professionnelle sur votre CV de demandeur d'emploi de premier échelon. Lorsque vous avez plus d'expérience, le travail bénévole montre que vous êtes impliqué dans votre communauté et que vous avez de l'estime pour les autres.
- Participez à des clubs et à des activités à l'école et dans votre communauté. Vous acquerez une expérience utile en travaillant en étroite collaboration avec les autres. Ces clubs pourraient inclure le club de débat, les clubs de lecture et de sport, le club JA, etc. Le fait d'être actif dans des activités extra scolaires montre que vous êtes une personne équilibrée. Obtenir de bonnes notes est très impressionnant, mais cela montre seulement que vous êtes intelligent et ne dit rien sur votre capacité à travailler avec les autres, sur vos centres d'intérêt et sur votre enthousiasme et votre énergie.
- Cultivez vos passe-temps et vos intérêts. Découvrez ce que vous aimez et consacrez-y du temps. Cela montre que vous êtes équilibré et que vous aimez une variété de choses. Cela montre également que vous aimez apprendre et vous diversifier. Les passe-temps peuvent inclure l'histoire, les voyages, les sports, la danse, l'art, la musique, les langues et le théâtre.
- N'oubliez pas que les activités sociales, la télévision et la lecture ne sont pas des passe-temps. Le fait d'inscrire cela sur votre CV montre simplement au recruteur que vous êtes probablement ennuyeux et plutôt paresseux. Tout

le monde devrait lire, ce n'est donc pas quelque chose de spécial, à moins que vous ne cultiviez un intérêt particulier pour la littérature classique française ou autre chose d'unique.

Y a-t-il d'autres astuces qui, selon vous, peuvent vous donner l'avantage sur un autre candidat ? Partagez -les avec vos collègues. L'échange de notes est utile pour tous.

### *Ce que les employeurs recherchent*

Par le passé, les employeurs se concentraient davantage sur les qualifications académiques. Toutefois, le monde du travail est de plus en plus dynamique et en constante évolution. Les employeurs d'aujourd'hui recherchent quelque chose qui va au-delà des qualifications minimales requises pour un emploi. Ils accordent une grande importance à l'ATTITUDE, aux COMPÉTENCES ET À L'INTELLIGENCE ÉMOTIONNELLE.

L'attitude fait référence à votre approche particulière du travail et de l'apprentissage. Vous pouvez avoir de bonnes qualifications, mais une attitude déplorable. Les employeurs comprennent qu'il est possible d'enseigner les compétences et les connaissances requises pour faire un travail, mais on ne peut pas apprendre à quelqu'un comment avoir une bonne attitude. Les employeurs peuvent investir dans le développement de vos compétences et qualifications si vous avez la bonne attitude vis-à-vis du travail. Il est toujours possible d'étudier et d'acquérir des connaissances sur le lieu de travail, et vous y parviendrez facilement avec la bonne attitude.

Les compétences indiquent dans quelle mesure vous êtes préparé à l'emploi que les employeurs souhaitent vous voir occuper. Pour certains emplois, des compétences spécifiques peuvent être requises, par exemple savoir utiliser un logiciel particulier. Pour certains postes, le fait de disposer d'un large éventail de compétences ou de compétences différentes, par exemple un ingénieur en structure qui sait coder, permet à cette personne de tirer parti de son expérience unique. Une telle personne peut identifier un logiciel défectueux et tenter de le réparer ou en créer un factice pour l'aider dans ses projections et ses calculs. Apprenez autant que vous le pouvez des compétences techniques ou générales, car chacune d'entre elles vous sera utile.

L'intelligence émotionnelle peut être comparée à l'attitude décrite précédemment. Elle peut être améliorée par un effort intentionnel et se réfère simplement à votre effort pour très bien gérer les situations émotionnelles telles que les confrontations, l'emportement des clients, le stress élevé. L'idéal est de ne pas perdre son sang-froid et d'être capable de vite réagir. Les employeurs veulent aussi voir quelle sera votre réaction dans de telles situations et parfois même comprendre votre attitude.

### *Ce que les investisseurs recherchent*

#### *Comprendre comment présenter un projet*

Il s'agit généralement d'une invitation que vous (à la recherche d'un investissement) leur adressez pour obtenir un capital financier, un accès au réseau

de leurs cercles exclusifs ou toute autre ressource.

Vous devez apprendre à le faire n'importe où - dans un ascenseur, dans un parking ou dans un bus. Vous devez être capable de partager votre idée facilement avec n'importe qui - votre famille, vos amis, vos jeunes frères et sœurs, vos collègues, votre partenaire d'affaires. Vous devez également être capable de présenter pendant le moins de temps possible - un pitch d'une minute, de trois minutes ou de cinq minutes avec tous les détails nécessaires à votre public.

#### **L'objectif de la présentation par Caroline Cummins**

On fait une présentation aux investisseurs dans le but de :

Maximiser l'opportunité qui se présente. C'est pourquoi il est si important d'être toujours prêt, car on ne sait jamais quand l'occasion de faire une présentation se présentera. Cela montre également que vous êtes capable de réfléchir rapidement, une compétence indispensable à tout entrepreneur qui veut réussir.

Pour capter l'attention de votre public et lui donner envie d'en savoir plus. Ne vous ennuyez pas avec des détails techniques sur votre produit. Quelle est la chose ou le sentiment que vous voulez qu'ils retiennent de votre présentation ? S'il ne se souvient de rien, vous avez perdu son intérêt. Mettez en pratique la suggestion suivante pour éviter que cela ne se produise

Les meilleures présentations sont celles qui commencent par une histoire convaincante sur quelqu'un qui utilise votre produit et comment il l'a aidé (c'est-à-dire qu'il lui a fait gagner du temps, de l'argent ou peut-être même la vie). Si vous rencontrez des difficultés à trouver une histoire, parlez d'un de vos clients. Si vous n'avez pas de clients, ce n'est pas grave. Trouvez un client potentiel et faites-lui connaître votre produit. Dans votre étude de marché bêta, vous pouvez demander comment votre produit a amélioré leur vie.

Partagez votre passion pour votre opportunité commerciale. Le trac est réel et peut faire obstacle. Répétez devant vos amis et vos proches et apprenez à communiquer efficacement votre message. Cela renforcera considérablement votre confiance et vous préparera à partager votre passion avec un public plus large.

Un pitch deck est une présentation formelle qui permet de faire connaître votre entreprise à des investisseurs ou partenaires potentiels afin de faciliter une collaboration ultérieure avec eux. Vous pouvez élaborer un pitch avec Microsoft PowerPoint, Google slides, Prezi.

Il devrait y avoir un maximum de 10 diapositives et chaque diapositive devrait avoir un maximum de cinq à huit œuvres avec plus d'images et de chiffres (statistiques).

Bien organisé et facile à comprendre. (Pas de fouillis, de mauvaise police ou de texte trop abondant).

Toute présentation que vous faites doit contenir ces trois informations principales :

1. À quoi ressemble le monde pour vos clients lorsqu'ils utilisent votre produit ou service pour résoudre un problème majeur pour eux ?

2. Y a - t -il suffisamment de personnes dans le monde qui font face au problème que vous cherchez à résoudre et combien sont -elles prêtes à payer pour cela ?
3. Qu'avez-vous fait jusqu'à présent pour transformer votre rêve en réalité ?

L'ensemble du plan de votre pitch deck doit avoir ce format :

1. Elevator pitch (brève présentation) - partagez votre expérience du problème, elle peut être personnalisée. C'est peut-être une expérience personnelle qui vous a poussé à lancer votre idée d'entreprise. Partagez -la aussi simplement que possible.
2. Momentum, Traction, Expertise : Quels sont vos chiffres clés ?
3. Opportunité de marché : Définir la taille du marché et votre portefeuille client
4. Problème et solutions actuelles. Quel besoin comblez -vous ? Créez -vous une demande avec votre produit ? Quelles sont les solutions existantes ?
5. Produit ou Service. Votre solution et pourquoi elle est la meilleure
6. Modèle d'entreprise : Principaux flux de revenus
7. Approche et stratégie de marché : Comment développez -vous votre entreprise ?
8. Équipe et principales parties prenantes (investisseurs, conseillers). Vous pouvez ajouter leurs points forts.
9. Finances : coûts, ventes, prévisions.
10. La concurrence. Ajoutez comment votre produit est meilleur ou comment vous cherchez à éliminer ou partager avec la concurrence.
11. Investissement : De combien avez-vous besoin ? Votre utilisation de base des fonds qui vous sont alloués

#### **IV. CRÉER UNE PRÉSENCE SUR LE MARCHÉ EN LIGNE POUR VOTRE ENTREPRISE**

**Introduction** (De quoi parle cette leçon ?)

Cette session peut vous être enseignée pendant la session sur le marketing ou vers la fin du programme. Elle couvre une brève introduction aux opportunités de marketing en ligne et la façon dont vous devriez commencer le marketing en ligne pour vos entreprises.

#### **Objectifs**

À la fin de la session, vous serez en mesure de :

- Développer une stratégie de marketing en ligne pour votre entreprise
- Utiliser la stratégie en ligne pour développer un plan pour vos communications et votre contenu
- Contrôler et suivre efficacement vos stratégies afin de stimuler les ventes et d'atteindre vos objectifs.

**La tâche** (quelles sont les activités prévues pour vous et vos collègues ?)

Vous utiliserez d'abord le modèle de stratégie de marketing en ligne pour définir vos objectifs quant à la présence de votre entreprise en ligne. C'est à vous de décider quelles plateformes vous seront utiles pour atteindre vos objectifs.

### **Comment créer votre entreprise en ligne**

Ce manuel a pour but de vous aider à établir une présence solide en ligne afin d'interagir plus étroitement avec vos clients et d'exploiter la puissance de l'internet pour obtenir davantage de clients.

### **Profiter de l'opportunité en ligne**

Aujourd'hui, être en ligne fait partie intégrante de votre vie, comme c'est le cas pour beaucoup d'autres personnes comme vous. Au-delà de la vérification des e-mails, vous vous connectez avec de vieux amis, vous vous en faites de nouveaux, vous commandez à manger, vous réservez un hôtel ou un vol et vous partagez même votre trajet avec votre téléphone ou votre ordinateur portable.

Comme de plus en plus de personnes profitent de la puissance d'internet dans leur vie quotidienne, les propriétaires d'entreprises comme vous peuvent facilement se positionner pour être disponibles dans l'espace de leurs clients potentiels afin de leur proposer des produits et services.

La communauté à atteindre est plus vaste que celle qu'un magasin physique situé dans les endroits les plus pratiques ne pourrait jamais offrir. Depuis votre domicile, vous pouvez vendre à des clients du monde entier et créer un public qui pourrait contribuer à une plus grande rentabilité pour l'entreprise à d'autres égards, comme la notoriété de la marque.

### **Comment élaborer une stratégie commerciale en ligne**

Chaque entreprise a ses propres objectifs à atteindre. Il est bon d'écrire quels sont les objectifs de votre entreprise. Les objectifs à court et à long terme doivent être écrits, idéalement avec des délais dans lesquels vous pensez les atteindre. Ces objectifs doivent essentiellement alimenter votre stratégie en ligne.

Il est conseillé de se concentrer sur une stratégie à trois objectifs car vous ne voulez pas être submergé par la gestion de votre entreprise en ligne. Vous trouverez en annexe un modèle à remplir pour votre stratégie commerciale en ligne.

Pourquoi avez-vous besoin d'une déclaration de vision ? Cela vous permet de vous concentrer sur un objectif et de savoir ce qui est à votre portée ou non, ce qui vous guide essentiellement vers les tâches à accomplir pour réussir.

À la fin de ce module, vous serez en mesure de :

1. Bien connaître votre objectif

2. D'avoir une voix authentique conçue pour votre marque
3. D'identifier et utiliser des outils et des processus qui amplifient votre travail.
4. Vous engagez à expérimenter et à suivre vos progrès en ligne.

Répondez aux questions ci-dessous sur votre entreprise : *Qui êtes-vous ? Que faites-vous ? Pour qui le faites-vous ? Comment le faites-vous ?*

#### Prenez une minute

Posez-vous la question suivante : Pourquoi est-ce que je veux être en ligne ? Est-ce pour construire de nouvelles relations avec des clients potentiels sur les réseaux sociaux ? Voulez-vous améliorer vos relations existantes avec vos clients actuels ? Voulez-vous trouver de nouveaux partenaires ou fournisseurs ?

Quel que soit votre objectif, la première chose à noter est que les gens doivent savoir que vous êtes en ligne. Imaginons que vous vendiez des marque-pages personnalisés. Vos objectifs ultimes pourraient être les suivants : vendre 1 000 marque-pages en 6 mois, organiser des séances sur la fabrication de vos marque-pages personnalisés ou même inclure des articles de papeterie personnalisés en plus de votre article principal. Mais avant que quelqu'un puisse venir à vous, il doit savoir que vous existez. C'est un objectif important que le numérique peut vous aider à atteindre. Commençons par celui-là : faire passer le mot dans le monde numérique. Un gain facile est l'inscription des moteurs de recherche ou des cartes en ligne, votre entreprise apparaîtra. Ensuite, vous pouvez décider de créer un site web pour partager des informations sur votre entreprise. Il peut s'agir d'informations telles que vos heures d'ouverture, votre emplacement, vos prix et les services que vous proposez. Peut-être même des photos et des vidéos qui pourraient inciter de nouveaux clients à vous solliciter. Vous pourriez créer une page de réseaux sociaux sur Facebook ou Instagram où vous pourriez publier des photos de vos créations, proposer des offres spéciales et établir un véritable lien avec vos clients. Au fur et à mesure que vous commencez à atteindre ces objectifs, de plus en plus de personnes prennent conscience de votre existence. Vos objectifs peuvent naturellement évoluer et vous pourriez vouloir vous orienter vers la transformation des visiteurs en clients payants.

Vous pourriez ajouter de nouvelles fonctionnalités à votre site. Des choses comme la programmation de sessions en ligne sur la façon de fabriquer un marque-page personnalisé à offrir en cadeau, une section « commentaires » où les gens peuvent dire des choses agréables sur vous, ou même une boutique de commerce électronique pour vos produits de papeterie en ligne.

Maintenant que vous utilisez le numérique pour attirer les visiteurs et les transformer en clients, vous pouvez commencer à développer votre activité en investissant dans la publicité en ligne.

Utilisez maintenant le modèle de stratégie de marketing en ligne pour définir vos objectifs et les raisons qui vous poussent à vous lancer en ligne. Essayez de le rendre aussi concis que possible en utilisant ces cinq paramètres. Déterminez vos objectifs.

**S** - Spécifique

**M** - Mesurable

**A** - Réalisable

**R** - Réaliste

**T** - Limité dans le temps

### Choisir la bonne plateforme pour votre entreprise

Vous disposez de nombreuses options pour établir une présence numérique, notamment les listes locales, les sites web, les applications mobiles et les réseaux sociaux. Bien qu'un site web soit la première option qui vous vienne à l'esprit, il ne doit pas nécessairement être le seul moyen de faire connaître votre entreprise.

C'est une bonne idée de toujours commencer en ligne en étant facilement trouvable par les clients potentiels. Un bon moyen est d'inscrire vos coordonnées dans les annuaires locaux. C'est utile lorsque quelqu'un recherche votre entreprise dans votre région et est capable de vous localiser. L'étape suivante consiste à créer une page Facebook et à y inclure des éléments tels que des photos et des vidéos de vos produits, votre numéro de contact et l'adresse d'un emplacement physique (si vous en avez un).

Les applications sont d'excellents moyens pour vous de créer des programmes de fidélisation ou d'envoyer automatiquement des rappels sur les rendez-vous à venir.

Les plateformes de réseaux sociaux sont nombreuses, mais les plus populaires - Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, WhatsApp, Snapchat et Pinterest - peuvent être utilisées pour cibler une clientèle spécifique et établir des relations plus durables et plus intimes avec eux.

N'oubliez pas que tout ce que vous faites aujourd'hui peut évoluer, ce qui est une bonne chose. Vous pouvez définir qui est votre client idéal ou vous concentrer sur un segment spécifique, en ciblant une plateforme particulière qu'ils utilisent souvent et même les moments où ils sont en ligne. Soyez prêt à émettre des hypothèses et à tester qui s'intéresse à votre produit ou service.

Utilisez le modèle de stratégie de marketing en ligne pour définir le profil de votre client idéal et déterminer les plateformes qu'il utilise le plus souvent. Cela signifie que c'est la plateforme sur laquelle vous devez être pour attirer l'attention de vos clients. Pour en revenir à l'exemple de l'entreprise de marque-pages, vous trouverez ci-dessous un modèle de profil client que vous pouvez utiliser.

Nom	Étape de la vie	Besoins	Degré du besoin	Taille du marché	Revenu disponible
Yvonne	Jeune diplômé	- apprendre avec des manuels	XXX	XX	X

Esther	Diplômé SHS	-apprendre de nouvelles compétences, comme une nouvelle langue -Se préparer pour l'école	X	XXX	XX
--------	-------------	---	---	-----	----

Les clients cibles des marque-pages et des articles de papeterie seraient des femmes comme Yvonne et Esther, qui utiliseraient les marque-pages pour leurs manuels scolaires et leurs dictionnaires de langues. Les clubs de lecture et les passionnés de livres sont généralement présents sur Twitter et l'activité de papeterie pourrait donc y prospérer.

### **Créer une marque et avoir une voix authentique**

Si votre marque était une personne, qui serait-elle ? Répondre à cette question vous aidera à façonner au mieux l'image et le contenu de votre marque pour votre présence en ligne. Ce plan en trois étapes vous aidera à lancer une image forte à laquelle vos clients pourront s'identifier.

#### 1. Identifiez les manies qui correspondent à votre client idéal

Les manies sont des traits de caractère uniques ou particuliers d'une personne. Si l'on se réfère à l'exemple de notre entreprise de marque-pages, nous pouvons dire que l'une des manies de nos clients est d'être bien informé ou de savoir lire. Cela peut nous aider à décider de créer un contenu quotidien sur des faits scientifiques quotidiens.

#### 2. Reliez votre entreprise à une histoire ou une passion plus importante et trouvez différentes façons de raconter cette histoire ou d'exprimer cette passion.

On ne soulignera jamais assez l'importance de ce point, car les spécialistes du marketing numérique sont payés des sommes colossales dans le monde entier pour créer du contenu accrocheur et captivant pour les grandes marques afin de créer un lien avec leurs clients. Pour bien faire et réussir, vous devez choisir un sujet ou thème idéal qui vous passionne personnellement. Pour revenir à l'exemple de notre entreprise de marque-pages, vous pouvez créer différents personnages sur les marque-pages. Il peut y avoir une série d'histoires de héros africains mettant en scène Nelson Mandela, la reine Moremii, Yaa Asantewa et d'autres légendes liées à un contenu qui éduque les jeunes Africains de la diaspora qui ne connaissent pas ces légendes. C'est un moyen de susciter davantage d'intérêt pour votre produit en tant que collection et d'inciter à la lecture.

3. Soyez cohérent avec votre voix, qu'il s'agisse du langage ou de l'imagerie.

Vous ne voulez pas embrouiller vos clients avec un ton qui est un jour joyeux et doux, mais qui est un autre jour vif et direct. Choisissez une identité et respectez-la.

Dans le modèle de communication en ligne, la philosophie de l'entreprise et les mots qui décrivent qui vous êtes en tant qu'entreprise et décrivent également votre voix. Sont-ils positifs, courageux, audacieux, aventureux pour une ligne de vêtements de sport ? Sont-ils assez délectables, fleuris, stimulants pour une ligne d'accessoires capillaires pour femmes ? Sont-ils éducatifs, passionnants et motivants pour la collection de personnages africains de marque -page ?

### Création de contenu

La principale règle en matière de création de contenu est la suivante : étudiez et comprenez votre marché. Cela inclut ce qui existe sur le marché et ce que vos concurrents font également par le biais du numérique. Vous ne devez pas changer qui vous êtes, votre voix ou votre offre de proposition de vente unique.

Toutefois, l'examen de l'approche de vos concurrents et de ce qui existe sur le marché vous permet d'affiner la façon dont vous attirez les clients. Prenez note des points suivants :

1. Préparez le contenu à l'avance (sur une base mensuelle) mais soyez prêt à le modifier si nécessaire.

Il existe des outils en ligne qui vous permettent de créer facilement et rapidement du contenu visuel, comme Canva.

2. Trouvez des plateformes sociales qui fonctionnent pour vous et que vous pouvez gérer activement.

Il existe des outils pour vous aider à planifier à l'avance les publications sur les réseaux sociaux, comme Hootsuite, mais répondre aux commentaires et s'engager sur votre plateforme avec les clients renforce la confiance des clients en vous et en votre produit ou service.

3. Soyez un participant actif. Trouvez des moyens de susciter des conversations intéressantes et d'attirer l'attention sur ce que vous faites ou vendez.

Vous pouvez par exemple organiser des événements en ligne ou promouvoir des cadeaux publicitaires.

Utilisez toujours ce format : **Avoir un objectif, une hypothèse, une échelle de mesure, des preuves ou résultats.**

Vous pouvez choisir de fixer un objectif pour la semaine, le tester et le mesurer pour voir s'il a été un succès. Vos résultats indiqueront si cet objectif valait la peine d'être testé et si les clients l'apprécient également. Vous trouverez un exemple de ce format dans le modèle de calendrier de contenu en ligne dans l'annexe ci-dessous.

### Suivi, évaluation et amélioration

Utilisez les données relatives à vos engagements, vos ventes et consultations pour déterminer votre prochaine action. Les indicateurs clés de performance (ICP) sont les suivants

1. Il est important que vous décidiez des éléments à suivre sur une base hebdomadaire ou mensuelle.
2. En utilisant des outils pour simplifier votre travail, organisez également les données de manière cohérente.
3. Observez ce qui fonctionne dans les segments de votre public cible au fil du temps.
4. Avec le temps, envisagez de vous associer à d'autres marques et entreprises qui peuvent atteindre les objectifs auxquels votre marque tient.
5. Ne soyez pas figé, expérimentez et soyez prêt à essayer quelque chose de nouveau.
6. Soyez sensible à la culture ! Vous la connaissez bien si vous faites suffisamment de recherches.

**Clôture de la session**\_(Qu'espérez-vous gagner de ce projet ?)

À la fin de cette session, vous aurez compris comment lancer une activité en ligne et serez en mesure de le faire vous-même.

**ANNEXE**

**MODÈLE D E PROCÈS-VERBAL DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

_____ Réunion du conseil d'administration de la société JA		
<b>Date :</b>	<b>Début :</b>	<b>Fin :</b>
<b>Présent(e)s :</b>		<b>Absent(e)s :</b>
<b>Ordre du jour :</b>		

--

**Motions :**

**Appui aux motions :**

**Rapport des évènements :**

**Divers :**

--

### FICHE D'OPPORTUNITÉ COMMERCIALE

Utilisez ce modèle d'entreprise pour présenter le potentiel du produit commercial que vous avez choisi.

Activités clés	Partenaires clés	Proposition de valeur	Relations avec les clients	Segments clientèle
	Ressources clés		Canaux de distribution	

Structures de coûts

Sources de revenus

### Modèle de PLAN D'AFFAIRES

Demander aux élèves de faire en sorte que leurs différents départements rassemblent leurs plans d'affaires départementaux en un plan d'affaires final pour la cinquième réunion.

**PLAN D'AFFAIRES POUR** \_\_\_\_\_

**À propos de l'entreprise :**

**Mission :**

**Vision :**

**Produit et description du produit :**

**Analyse de marché : (Raison d'être ou potentiel de l'opportunité) :**

--

**Ventes :**

--

**Production et opérations :**

(Dépenses)

--

(Coût unitaire)

**Projections financières :**

(Seuil de rentabilité)

--

(\_\_\_ projections mensuelles)

**Membres du personnel du département :**

**Durabilité sociale et environnementale :**



## AFFICHE DU TABLEAU DES VENTES

<b>Objectif de vente :</b> _____	<b>Ventes réalisées :</b> _____	<b>Indice de performance programmé :</b> _____
-------------------------------------	------------------------------------	--

### Segment de marché

Quelles sont les « différentes catégories de personnes » qui achètent notre produit ou service ?

---

---

### Distribution

Nous vendons nos produits principalement par :

---

---

### Publicité

Notre stratégie publicitaire a été :

---

---

Nous faisons de la publicité chez ou dans :

---

---

Coût de toutes les fournitures publicitaires (marqueurs, tableau d'affichage, etc.) :  
\$ \_\_\_\_\_

**Objectif de vente :** \_\_\_\_\_

Pour atteindre notre objectif de \_\_\_\_\_ unités vendues, chaque membre de l'entreprise devra vendre au moins \_\_\_\_\_ produits.

### Les étapes de la vente

Jusqu'à présent, chaque membre a contribué en moyenne à \_\_\_\_\_ unités vendues pour atteindre notre objectif. Nous avons dépassé ou nous n'avons pas encore atteint

notre objectif.

**Taxes de vente**

Taxe de vente de la ville et de l'État ou gouvernement : \_\_\_\_ %

Taxe sur la liquidation \_\_\_\_\_

**Commissions des ventes**

Commissions versées sur les ventes réalisées à ce jour \_\_\_\_\_ (10% des ventes)

## DEMANDE D'APPROBATION DU PRODUIT

Remplissez cette liste de contrôle pour vous assurer que votre produit est approuvé par les autorités réglementaires de votre pays. *Encerclez ce qui s'applique à votre produit ou service.*

a. Votre produit ou service doit-il être approuvé par l'autorité compétente de votre pays/district/région/province ?

Oui Non

b. Si oui, cette approbation a-t-elle déjà été demandée ? Oui Non

c. L'approbation a-t-elle été donnée par les autorités compétentes ? Oui Non

d. Des informations supplémentaires à inclure ?

---

### REGISTRE DE CHÉQUIER

N° chéquier	du	Date d'inscription	Signataires	Objet



## MODÈLE DE CV

### **Prénom Nom de famille**

Adresse électronique

Numéro de téléphone et adresse postale

Adresse url de LinkedIn

Résumé de votre carrière en deux phrases. (Décrivez ce que vous avez l'intention de faire, comment vous comptez y parvenir et comment le travail dans l'institution à laquelle vous postulez s'inscrit dans cet objectif).

### **DIPLÔMES** (prouvés par des copies de s certificats reçus)

École secondaire fréquentée :

Matières du lycée :

Toute formation spéciale :

Qualifications postsecondaires

### **COMPÉTENCES**

Parler/lire/écrire :

(Inclure toute compétence informatique, logiciel spécialisé ou compétences en code, certification de cours et compétences générales telles que la négociation, l'organisation, la rédaction de discours, etc.)

### **EXPERIENCE PROFESSIONNELLE**

Stage :

Emploi à temps partiel ou temps plein :

Travail bénévole :

Défense des intérêts :

### **INTÉRÊTS**

Activités :

Loisirs :

Sports :

### **RÉALISATIONS/RÉCOMPENSES**

Postes occupés à l'école et dans d'autres domaines, prix reçus

### **RÉFÉRENCES**

Mentionnez trois références et votre relation avec elles ainsi que leurs contacts.

## MODÈLE DE STRATÉGIE DE MARKETING EN LIGNE

Quels sont les objectifs à court terme de votre entreprise ?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Quels sont les objectifs à long terme de votre entreprise ?

- 1.
- 2.
- 3.

Pourquoi voulez-vous mettre votre entreprise en ligne ? Je veux créer mon  
entreprise en ligne parce que \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Je me suis installé sur ces trois premières plateformes

- 1.
- 2.
- 3.

J'ai choisi ces plateformes parce qu'elles sont :

1.

2.

3.

4.

Et donc, mon client idéal peut être trouvé sur ces plateformes. Mon client idéal est :

Tranche d'âge :

Sexe :

Pays ou Lieu :

Langue :

Préférences :

Aversions :

## MODÈLE DE COMMUNICATION EN LIGNE

**Modèle de communication officielle pour**

---

**Déclaration d'identité de l'entreprise (Qui sommes -nous ?)**

**Vision**

**Mission**

**Site web :**

**Plateformes de réseaux sociaux :**

**Philosophie d'entreprise**

**Couleurs officielles (généralement les couleurs du logo)**

**Type de police :**

**Thème (mots qui décrivent habituellement votre entreprise, ce qu'elle fait, ou ses produits/services)**

## **Guide des réseaux sociaux**

### **Par exemple, sur Instagram**

1. Ajoutez toujours une légende et au moins 10 hashtags pertinents.
2. Ajoutez l'hashtag le plus populaire pour augmenter le nombre de vues de votre message.
3. Choisissez de promouvoir des publications où votre produit ou service est bien présenté dans un prospect us ou une courte vidéo.
4. Les messages promus avec un cadeau ou des remises importantes obtiennent plus de vues ou ventes.
5. S'il s'agit d'un événement, utilisez le format suivant : Nom de l'événement

Date et heure

Hashtag

Détails

## MODÈLE DE CALENDRIER DE CONTENU EN LIGNE

**Calendrier des contenus pour le mois de \_\_\_\_\_**

### **Objectifs du mois**

- 1.
- 2.
- 3.

Plateformes actuelles de réseaux sociaux :

### **Les incontournables de chaque poste**

1. Police de caractères
2. Logo affiché dans la création visuelle
3. À propos de l'entreprise ou du contenu de l'article avec des statistiques visuelles (par exemple les prix ou le nombre de clients actuels).
4. Coordonnées de l'entreprise (le site web est le premier point d'appel puis le numéro de téléphone).
5. Géolocalisations : par exemple, Accra, Ghana

### **Dos**

S'en tenir à une formulation et à une voix professionnelle

Répondez rapidement aux demandes des clients et supprimez celles qui sont inappropriées.

Évitez les comptes et les messages politiques, éthiques, religieux, de commérage, de violence ou de divertissement.

(Cela signifie qu'il ne faut pas retweeter, aimer ou suivre ces comptes).

Évitez l'écriture courte ou l'argot

### **Postes hebdomadaires et quotidiens**

Par exemple, **palette de contenu** pour les deux premières semaines

Utilisez toujours ce format : **Avoir un objectif, une hypothèse, une échelle de mesure, des preuves ou résultats.**

Par exemple, **Objectif** : le type de contenu ayant le plus fort taux d'engagement pour Facebook.

**Hypothèse** : mélange du contenu du court profil hebdomadaire et de l'histoire quotidienne du style de la productivité.

**Mesure** : Engagement = j'aime + commentaires + partages (augmentent -ils ou diminuent-ils ?)

Preuve ou Résultat : engagement élevé- 30K+ de vues sur les profils d'histoires des héros africains de renom utilisés pour vos marque -pages.

*-tiré du guide She Leads Africa 'Building a Digital Community'.*

Le fait d'avoir un grand public ne garantit pas nécessairement l'achat de votre produit ou service. Cependant, vous avez plus de chances d'atteindre de nouveaux clients et de tenir vos clients actuels informés des remises et des opportunités dont ils peuvent profiter. Vous pouvez mieux analyser les préférences de vos clients grâce aux nombreux outils de marketing numérique disponibles.

## PLAN DE SUIVI ET D'ÉVALUATION EN LIGNE

Mes premiers indicateurs clés de performance étaient les suivants

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Mes indicateurs clés de performance ont été atteints ou ne l'ont pas été dans le délai fixé parce que

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

**J'ajuste les indicateurs clés de performance suivante**

- |    |   |
|----|---|
| 1. | à |
| 2. | à |
| 3. | à |
| 4. | à |
| 5. | à |

## LISTE APPROUVÉE

Les entreprises sont encouragées à faire preuve de créativité et d'innovation quant aux produits et services qu'elles proposent. Les produits et services qui impliquent la création ou l'utilisation de technologies sont fortement encouragés. La liste des produits autorisés et non autorisés figurant dans le manuel du programme d'entreprise est basée sur la loi américaine. Bien que certaines lois ne s'appliquent qu'aux États-Unis, la liste constitue une bonne ligne directrice, d'autant plus que les équipes sont encouragées à penser sur le plan mondial.

La liste ne se veut pas exhaustive, les entreprises peuvent donc facilement proposer des produits et des services qui ne sont pas référencés mais qui restent acceptables. Les considérations primordiales dans la sélection des produits et services sont la responsabilité légale et la responsabilité éthique. Chaque bureau national JA est chargé de guider les élèves pour qu'ils ou elles prennent des décisions éclairées et responsables sur la sélection des produits ou services, qui ne causeront pas de problèmes juridiques et ne nuiront pas à leur réputation. Les gestionnaires doivent tenir compte de facteurs pratiques tels que la disponibilité des matières premières, la capacité à obtenir des licences d'importation ou d'exportation et des frais d'importation ou d'exportation, les aspects sanitaires et de sécurité, les normes socioculturelles du pays, etc.

Les produits ou services qui ne sont pas autorisés sont ceux qui peuvent causer des dommages corporels ou matériels graves ou qui sont fortement réglementés par le gouvernement ou considérés comme illégaux (y compris, mais sans s'y limiter, les services d'escorte et les divertissements pour adultes ; la production ou vente de drogues illicites, d'explosifs et d'armes à feu ; les services d'investissement frauduleux, etc.) En cas d'incertitude quant à l'acceptation d'un produit ou service particulier, veuillez contacter le ROC pour obtenir des éclaircissements.

## GLOSSAIRE

**Les comptes fournisseurs** : L'argent qu'une entreprise doit à ses fournisseurs.

**Comptes débiteurs** : L'argent dû à une entreprise par ses débiteurs.

**Rapport annuel** : Un rapport contenant un résumé des opérations de l'entreprise et des informations financières pertinentes.

**Actifs** : Tout ce que l'on possède et qui a une valeur.

**Bilan** : Un état financier résumant l'actif, le passif et la valeur nette de l'entreprise.

**Meilleures pratiques** : Activités ou procédures qui sont plus efficaces et efficaces que d'autres qui existent.

**Conseil d'administration** : L'organe directeur d'une société élu par les actionnaires pour prendre des décisions politiques et nommer des dirigeants pour gérer la société.

**Valeur comptable** : Le montant du dividende qui sera distribué aux actionnaires après le paiement de toutes les factures de l'entreprise, des impôts, des salaires, des dons de charité, des primes et des factures du bureau régional IJA.

**Seuil de rentabilité** : Le niveau de production auquel le revenu total est égal au coût total.

**Plan d'affaires** : Un document qui détaille la mission et les objectifs de l'entreprise, sa gestion, son marketing et ses finances.

**Règlement intérieur** : Un ensemble de règles adoptées par une organisation pour gouverner ses membres et régler ses affaires.

**Capital** : Argent, biens, équipements ou terrains utilisés pour produire d'autres biens ou services ; argent utilisé pour démarrer ou développer une entreprise. En comptabilité, il s'agit des capitaux propres ou de la valeur nette de l'entreprise, qui sont égaux au total de l'actif moins le total du passif.

**Biens d'équipement** : Les machines, outils et équipements utilisés dans la production.

**Capitalisation** : La somme des différents titres émis par une société, y compris les obligations, les actions et les surplus.

**Charte** : Un document gouvernemental créant une entreprise et définissant ses droits et ses limites.

**Contrat** : Un accord juridiquement exécutoire entre deux ou plusieurs personnes.

**Société** : Une entreprise gérée au nom de ses propriétaires ou actionnaires ; une entité juridique créée par une charte gouvernementale pour mener des activités approuvées.

**Coût des marchandises vendues** : Terme comptable désignant les coûts combinés des matières premières, de la main-d'œuvre, des frais généraux d'usine et des autres dépenses directes liées à la production de biens destinés à la vente. Il ne comprend pas les coûts de vente ou de gestion générale.

**Crédit** : En comptabilité, une écriture comptable constitue un ajout à un compte de revenu, de valeur nette, de passif, ou une déduction d'un compte de dépenses nettes ou d'actif. À chaque écriture de crédit correspond une écriture de débit.

**Débit** : En comptabilité, écriture comptable constituant une addition à un compte de charges ou d'actif, à un compte de passif, ou une déduction d'un compte de charges nettes ou d'actif. Chaque débit correspond une écriture de crédit.

**Demande** : Les quantités d'un produit ou d'un service que les gens sont prêts et capables d'acheter à différents prix possibles à un moment et un endroit donné.

**Dépréciation** : Une diminution de la valeur d'un bien en raison de l'usure ou de l'obsolescence. Une diminution de la quantité de biens ou de services qu'une somme d'argent donnée peut acheter.

**Dividendes** : Paiements aux actionnaires à partir des bénéfices d'une société.

**Comptabilité en partie double** : Une pratique commerciale standard qui exige que chaque transaction soit saisie deux fois - une fois dans la colonne des débits et une fois dans la colonne des crédits. La comptabilité en partie double permet d'éviter les erreurs et de les repérer.

**Entrepreneur** : Un innovateur ; celui qui reconnaît les opportunités et organise les ressources pour en tirer profit.

**Dépenses** : Quelque chose qui entraîne des dépenses ; l'argent dépensé ou nécessaire pour faire un travail ou gérer une entreprise.

**Coûts fixes** : Les dépenses de l'entreprise qui restent les mêmes, quel que soit le nombre de produits fabriqués ou de services fournis. Les salaires, le loyer, les dépenses de marketing et les équipements sont des exemples de coûts fixes.

**Franchise** : Une licence permettant d'exploiter une entreprise individuelle comme si elle faisait partie d'une grande chaîne.

**Marge brute** : La différence entre les ventes et le coût des marchandises vendues.

**Revenu** : Argent reçu sous forme de salaire, de traitement, de loyer ou d'intérêt. Un gain ou un avantage continu généralement mesuré en argent reçu du capital ou du travail.

**Compte de résultat** : Un résumé des revenus, des coûts et des taxes d'une entreprise sur une période donnée.

**Impôt sur le revenu** : Un impôt sur le revenu d'une personne ou d'une entreprise.

**Bail** : Un transfert de l'utilisation d'un bien pour une période de temps en échange d'un paiement de loyer. Un bail est un contrat contraignant.

**Obligation** : Toute réclamation ou dette d'une entreprise ou d'un individu ; ce qu'une entreprise doit.

**Liquidation** : Le paiement de toutes les obligations et la conversion des actifs en espèces pour la répartition entre les propriétaires de l'entreprise.

**Perte** : En comptabilité, tout excédent des coûts sur les revenus. La perte est le contraire du profit.

**Gestion** : Groupe de gestionnaires ; action de contrôler ou de diriger.

**Valeur marchande** : Le prix actuel ou courant d'un produit tel qu'indiqué par les cotations actuelles du marché.

**Marketing** : Les activités commerciales qui ont lieu entre la production et l'achat du produit.

**Bénéfice net** : Le bénéfice restant après les dépenses

**Valeur nette** : Le capital ; la différence entre l'actif et le passif.

**Coût d'opportunité** : La meilleure alternative suivante à laquelle on renonce lorsqu'on fait un choix.

**Procédure parlementaire** : Les règles standard qu'un directeur d'entreprise doit respecter lors de la conduite des réunions.

**Partenariat** : Une entreprise détenue par deux personnes ou plus.

**Valeur nominale** : Valeur faciale ou nominale ; la valeur imprimée sur le certificat d'actions.

**Productivité** : Mesure de la production par unité d'intrant, ou production par travailleur par heure.

**Bénéfice** : Ce qui reste après que les coûts de l'entreprise aient été couverts.

**Procuration** : Une autorisation écrite transférant les droits de vote à une autre personne lors d'une réunion d'actionnaires.

**Salaire** : Argent versé à un employé pour le travail effectué, généralement sous forme de taux bimensuel ou annuel, indépendamment des heures de travail.

**Action** : Une partie de l'intérêt dans une entreprise, généralement désignée comme une action.

**Entreprise individuelle** : Une entreprise détenue par une seule personne.

**Action** : Parts d'une société.

**Actionnaire ou partenaire** : Propriétaire d'actions ou de parts dans une société.

**Offre** : La quantité que les vendeurs mettront en vente à différents prix possibles à un moment donné.

**Coûts variables** : Les coûts qui peuvent augmenter ou diminuer en fonction de l'augmentation ou de la diminution de la production.

**Salaire** : Argent versé à un employé pour le travail effectué, généralement sur une base horaire, quotidienne ou à la tâche.

Merci beaucoup d'avoir participé à ce programme ! Nous espérons que vous avez eu une expérience agréable avec Junior Achievement et nous espérons vous revoir bientôt dans nos programmes !

Meilleures salutations

JA Côte d'Ivoire

