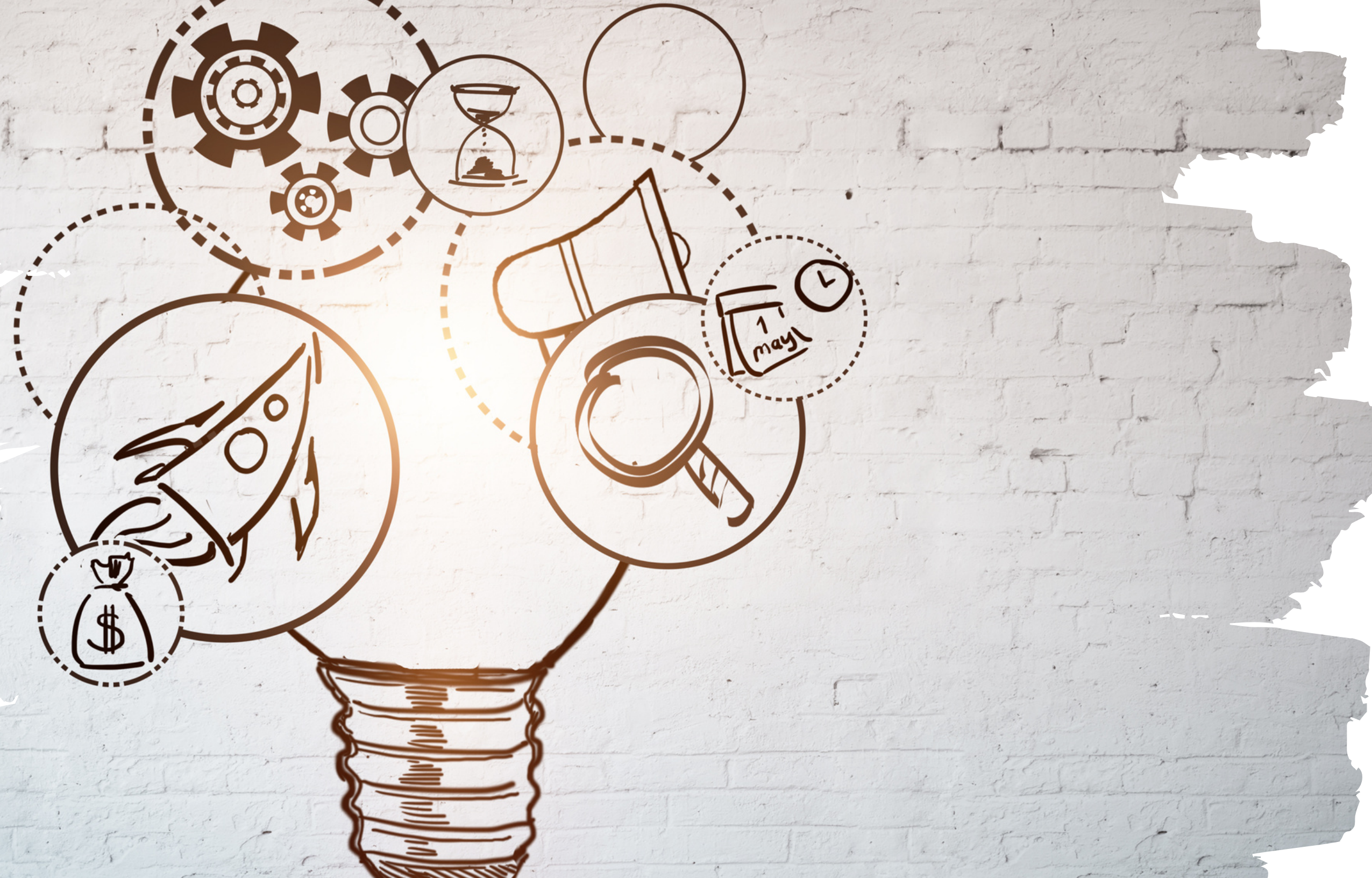




GUIDE DE L'ENTREPRENEUR

TABLE DES MATIÈRES

À PROPOS

04 Entreprendre MRC Coaticook

GUIDE DE RÉFÉRENCE

06 Avez-vous un profil entrepreneurial?

09 Le plan d'affaires

10 Validation de son marché

13 Les formes juridiques d'une entreprise

15 Choisir le nom de son entreprise

16 Permis, licences et autorisations

18 Commercialisation et communication

22 Localisation

23 Besoin en main-d'oeuvre

24 Choix des fournisseurs

25 Convention d'actionnaires

26 Obligations gouvernementales

CHECK-LIST DE DÉMARRAGE

30 *Check-List*



À PROPOS

ENTREPRENDRE MRC COATICOOK

Parce que tout part d'un rêve...

Entreprendre MRC Coaticook est la porte d'entrée des entrepreneurs qui souhaitent réaliser leur projet entrepreneurial. Nous sommes à la fois vos conseillers, vos guides et vos bras droits dans votre réussite en affaires, car au-delà de la passion, il y a la gestion!

Nous pouvons vous accompagner dans:

- Démarrage et relève d'entreprise
- Plan stratégique et croissance
- Stratégie marketing
- Recherche de financement
- Défis de gestion

Les services d'accompagnement sont entièrement gratuits.

Le démarrage d'une entreprise représente une étape stressante dans la vie d'un entrepreneur. Pour vous aider, les conseillers d'Entreprendre MRC Coaticook ont décidé de compiler l'information pertinente que vous devez connaître avant de vous lancer dans cette incroyable aventure.

**ÊTES-VOUS
PRÊT?**



A stylized, light gray leaf-like graphic with three pointed lobes, positioned on the left side of the page.

GUIDE DE RÉFÉRENCE

Two thick, curved bands, one green and one brown, sweeping from the bottom left towards the right side of the page.

AVEZ-VOUS UN PROFIL ENTREPRENEURIAL?

Avez-vous un profil entrepreneurial?

Existe-t-il un profil typique d'entrepreneur? Pas du tout! Tout le monde a le potentiel de devenir un entrepreneur. Il faut simplement savoir miser sur ses forces et s'assurer de disposer des ressources nécessaires pour y arriver.

Les aptitudes d'un entrepreneur

Bien qu'il n'existe pas de profil type, certaines aptitudes se retrouvent chez une panoplie d'entrepreneurs. Vous reconnaissez-vous dans certaines d'entre elles?

Aptitudes personnelles :

- Dynamisme
- Ambition
- Débrouillardise
- Sens des responsabilités
- Originalité
- Intuition
- Capacité d'adaptation
- Autonomie
- Goût du risque

Aptitudes professionnelles :

- Décision
- Délégation
- Organisation
- Esprit d'initiative
- Vision

Aptitudes relationnelles :

- Communication
- Négociation
- Relations

Avez-vous des motivations?

Savez-vous ce qui fait la différence entre un entrepreneur qui réussit et un qui échoue? Plusieurs facteurs, direz-vous. Mais le plus important réside souvent dans la motivation. Il est important de comprendre que, pour se démarquer et créer de l'engagement, il faut générer des émotions!

100% des entrepreneurs savent ce qu'ils font

60% des entrepreneurs savent comment le faire (méthode, brevet, technique, compétences)

10% des entrepreneurs savent pourquoi ils le font (but, cause, croyance)

Vous vous démarquerez en communiquant, agissant, et en pensant d'abord votre **POURQUOI**.

Par ailleurs, le fait d'avoir un profil entrepreneurial fort n'est pas gage de succès. Il existe plusieurs facteurs qui sont susceptibles de faciliter le processus de démarrage d'une entreprise :

Une vision d'affaires claire

- La vision d'affaires représente la ligne directrice de l'entreprise. Avoir une vision bien définie permet de définir ce que l'on veut devenir et de planifier les étapes nécessaires pour y arriver et ce, malgré les changements que peut subir notre secteur d'activité.

La connaissance de son industrie

- Démarrer une entreprise dans un secteur d'activité qui nous est étranger mène souvent à plusieurs erreurs importantes. Avant de vous lancer en affaires, assurez-vous de posséder l'expertise technique et de connaître les rouages de l'industrie. Avez-vous pensé à vous documenter davantage ou à accumuler plus d'expérience?

Un entourage complémentaire

- En tant qu'entrepreneur, il est impératif de bien s'entourer. Que l'on choisisse d'opter pour un partenaire d'affaires, un coach ou encore un mentor, l'entourage doit être complémentaire avec les forces et faiblesses de l'entrepreneur.

Une bonne planification

- La planification du projet d'entreprise permet à l'entrepreneur de prendre un pas de recul et d'analyser soigneusement le marché et l'offre qu'il souhaite développer.

La localisation de l'entreprise

- Le choix de la localisation de l'entreprise est influencé par plusieurs facteurs, mais la décision est des plus importante. Installer son entreprise là où la clientèle se déplacera augmentera les chances de réussir.

La période du démarrage de l'entreprise

- Le lancement de l'entreprise devrait toujours concorder avec un moment où la demande pour le produit/service est forte.

OUTILS D'ÉVALUATION DU PROFIL ENTREPRENEURIAL

- Test de la BDC
- Test de We R Entrepreneur

Votre situation personnelle

Avant de vous lancer dans un projet entrepreneurial, il est important d'établir vos besoins et vos moyens.

Voici comment dresser le bilan de sa situation personnelle :

Prenez connaissance de votre cote de crédit

- La cote de crédit est le premier indicateur pour les bailleurs de fonds qui pourraient soutenir financièrement votre projet. Assurez-vous que celle-ci soit plus élevée que 680 (minimalement) et idéalement, plus élevée que 750.

Remplissez votre bilan personnel

- Faites l'inventaire de vos actifs et de vos différentes dettes et déterminez si vous pouvez fournir une mise de fonds pour votre projet.

Établissez votre revenu minimal requis en complétant un budget personnel

- Lors du démarrage d'une entreprise, il arrive fréquemment que les revenus d'entreprise soient moindres que ce qui était anticipé. En connaissant le revenu minimal dont vous avez besoin, il est plus facile de développer des prévisions financières fiables.



LE PLAN D'AFFAIRES

À quoi sert-il?

Les premières années d'opérations sont cruciales pour une entreprise. Le plan d'affaires est l'outil de planification indispensable pour augmenter vos chances de succès.

Prendre le temps de réaliser un plan d'affaires vous permettra de comprendre les risques associés à votre secteur d'activité, d'anticiper les imprévus, de prévoir les problèmes potentiels avant qu'ils ne surviennent, de bien planifier votre démarrage et surtout d'orienter les décisions futures de votre entreprise.

Votre plan d'affaires vous sera également utile afin de convaincre des partenaires potentiels et des créanciers d'investir dans votre projet puisqu'il permet de démontrer la viabilité et la rentabilité de l'entreprise.

Les erreurs à éviter

Sous-estimer la concurrence

- Plusieurs entrepreneurs développent un projet avec la certitude que leur idée est innovante et révolutionnaire. La réalité est qu'il y a toujours une concurrence, qu'elle soit directe ou indirecte.

Surestimer son chiffre d'affaires

- La plupart des entrepreneurs manquent de recul par rapport à leur projet, les conduisant vers des prévisions irréalistes. N'oubliez jamais que l'estimation de votre chiffre d'affaires reflète votre niveau de compréhension de votre marché et du potentiel de votre idée.

Omettre de rencontrer sa clientèle cible

- Rien ne remplacera la réalité du terrain. Obtenir la rétroaction de vrais clients potentiels vous permettra d'offrir un produit/service en lien avec les besoins réels. Mieux encore: des tests de vente s'avèreront de précieux arguments pour convaincre des bailleurs de fonds!

TÉLÉCHARGEZ NOTRE CANEVAS DE PLAN D'AFFAIRES

- [*Guide de rédaction de plan d'affaires*](#)
- [*Canevas de plan d'affaires*](#)

VALIDATION DE SON MARCHÉ

Afin de vous assurer que le marché sur lequel vous souhaitez vous lancer répond à vos attentes, il est important de réaliser une étude de marché.

L'étude de marché permet d'analyser l'industrie dans laquelle vous démarrez votre entreprise et de connaître son environnement. À travers ce processus, vous récolterez de l'information sur le secteur d'activité, vos concurrents et vos clients, vous permettant d'évaluer la viabilité de votre projet. L'étude de marché doit donc vous permettre de répondre à quatre questions :

- Existe-t-il un marché suffisant pour votre produit ou service?
- À qui s'adresse votre produit ou service?
- Qui sont vos concurrents?
- Quelle part de marché pourrait obtenir votre entreprise?

Quoi analyser?

Secteur d'activité

Bien connaître votre secteur et les règles qui le régissent vous permettra de déceler les opportunités et les menaces de l'industrie et ainsi mieux positionner votre entreprise.

Historique de l'industrie

- Quels ont été les faits saillants de l'industrie? Comment s'est-elle développée?
- Quels sont les perspectives d'avenir? Cette industrie bouge-t-elle rapidement? Est-elle en expansion, stable ou en régression?
- Quelle sera l'évolution de la demande à court, moyen et long terme?

Contexte actuel du secteur

- Quel est le nombre d'entreprises du secteur? Quel est le pourcentage des entreprises rentables? Quels sont les revenus du secteur?
- Qui sont les principaux acteurs du secteur? Quelles réglementations sont applicables au secteur d'activité?

L'environnement du secteur d'activité

Environnement politique et légal

- Quelles sont les lois et politiques qui pourraient avoir un impact sur le développement de votre industrie?

Environnement économique

- Comment les fluctuations économiques peuvent-elles influencer votre secteur d'activité?

Environnement sociodémographique

- De quelle façon les changements sociaux, culturels et démographiques influencent-ils votre industrie?

Environnement technologique

- Quels développements technologiques seraient susceptibles d'affecter votre secteur d'activité?

Environnement écologique

- Quels développements technologiques seraient susceptibles d'affecter votre secteur d'activité?

Votre concurrence et les moyens de vous démarquer

Que devez-vous analyser?

- Le profil, le chiffre d'affaires et le nombre d'employés
- La localisation du lieu d'affaires, le territoire desservi et la clientèle cible
- Les produits et services vendus, leurs prix et les conditions de vente
- Les délais de livraison et le service à la clientèle
- La perception des consommateurs et la stratégie de communication

Comment y parvenir?

- Consultez le site internet de vos concurrents
- Suivez leurs différents réseaux sociaux
- Testez leur produit ou leur service
- Faites vous passer pour un client
- Observez le niveau d'achalandage au commerce
- Sondez les utilisateurs



L'intérêt pour votre produit ou service

Pour y parvenir, vous devriez toujours vous impliquer personnellement dans la réalisation de l'étude de marché et procéder en deux étapes.

1 Effectuer une analyse factuelle en consultant :

- Les banques de données comme Statistiques Canada
- Les études de marché existantes
- Le site des associations professionnelles
- Les revues et publications spécialisées

2 Ensuite, procéder à une analyse terrain :

- Sonder la clientèle cible, les fournisseurs et partenaires potentiels
- Contacter les associations professionnelles
- Tester votre produit ou service auprès de clients potentiels

Votre client idéal (persona)

Le client idéal (ou persona), c'est celui à qui vous voulez parler. Celui qui sera engagé et payant pour vous. En sachant qui il est, vous pouvez le comprendre et structurer vos messages en conséquence pour le toucher, interagir avec lui et avoir de l'impact. Plus le message est niché et précis, plus l'impact est grand sur les bonnes personnes.

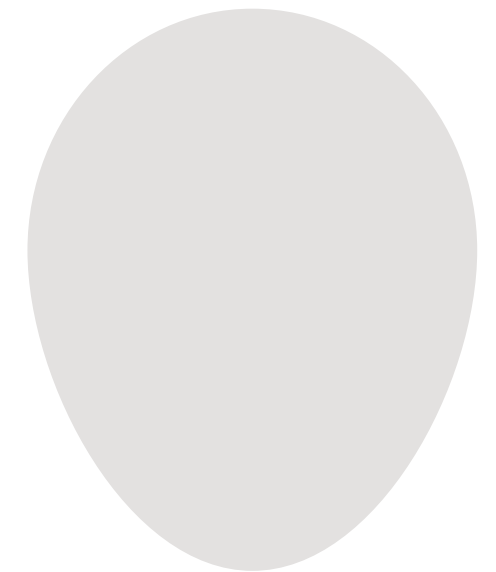
3 questions essentielles à vous poser pour l'identifier:

- Quel est son plus grand **DÉSIR**?
- Quelle est sa plus grande **PEUR**, son plus grand **FREIN** pour atteindre ce qu'il désire? On cherche ici à connaître ses **blocages personnels** (croyances, expériences) afin de pouvoir le rassurer.
- Quel est le **PROBLÈME** qu'il souhaite le plus éviter ou la situation de laquelle il veut se débarrasser? Cette information permettra de lui fournir des solutions.

Bref, connaître votre client idéal vous permettra de nommer et faire appel à ses désirs afin de montrer que vous comprenez ses peurs et que vous pouvez lui apporter une solution à ses problèmes, en lui démontrant que vous avez la capacité de l'aider.

TÉLÉCHARGEZ NOS OUTILS POUR
MIEUX CONNAÎTRE VOS CLIENTS

- [Canevas de la proposition de valeur](#)
- [Créateur de personas](#)



LES FORMES JURIDIQUES D'UNE ENTREPRISE

Au Québec, il est possible de lancer son entreprise sous plusieurs formes juridiques :

- Entreprise individuelle
- Société en nom collectif (S.E.N.C.)
- Société par actions (Compagnie)
- Société en commandite (S.E.C.)
- Société en participation
- Personne morale sans but lucratif
- Syndicat de copropriété
- Association
- Groupement de personnes
- Coopérative
- Fiducie exploitant une entreprise à caractère commercial

POUR EN APPRENDRE DAVANTAGE SUR LES DIFFÉRENTES FORMES JURIDIQUES, VISITEZ LE SITE DU REGISTRAIRE DES ENTREPRISES DU QUÉBEC :

- [Registraire des entreprises du Québec](#)

	NOMBRE DE PROPRIÉTAIRE	CONSTITUTION DE L'ENTREPRISE	COÛT DE CONSTITUTION	OBLIGATIONS FISCALES	IMPUTABILITÉ DU PROPRIÉTAIRE	AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
ENTREPRISE INDIVIDUELLE	1 seul	Documentation nécessaire : Déclaration d'immatriculation d'une personne physique	37\$ à 55\$	L'entrepreneur doit inclure les revenus et les dépenses de l'entreprise dans sa déclaration fiscale personnelle	Le propriétaire est personnellement responsable de la totalité des actes, des obligations et des dettes de l'entreprise. Dans certaines circonstances il est nécessaire d'obtenir des assurances pour réduire les risques reliés aux poursuites.	- Frais de démarrage peu élevés et processus simplifié - Libre choix dans les décisions de l'entreprise - Certains avantages fiscaux	- Taux d'imposition des particuliers - Financement plus difficile - Le propriétaire est personnellement responsable des actes de son entreprise
SOCIÉTÉ EN NOM COLLECTIF (S.E.N.C.)	2 ou plus	Documentation nécessaire : - Déclaration d'immatriculation d'une société de personnes - Convention des associés (recommandée)	56\$ à 84\$	L'entreprise ne produit pas de déclaration de revenus L'entreprise présente des états financiers annuels et chaque associé doit inclure la portion qui lui revient dans sa déclaration de revenus personnels	Chaque associé est responsable de ses actes et de ceux de ses associés ainsi que des obligations et des dettes de l'entreprise. Il est alors important que vous ayez une assurance responsabilité adéquate.	- Moins coûteux et complexe qu'une société par actions - Accès à une plus grande part de capital lors du démarrage - Diversification des compétences	- Taux d'imposition des particuliers - Les propriétaires sont conjointement responsables des actes de l'entreprise
SOCIÉTÉ PAR ACTIONS	1 ou plus	Documentation nécessaire : - Statuts de constitution avec la déclaration initiale - Réservation de nom d'entreprise (facultatif) - Convention d'actionnaires	356\$ à 2000\$	L'entreprise produit sa propre déclaration de revenus L'entreprise est imposée à un taux d'imposition d'entreprise qui est moindre que celui des particuliers	Responsabilité personnelle des actionnaires limitée à leur mise de fonds	- Taux d'imposition des particuliers - Les propriétaires sont conjointement responsables des actes de l'entreprise	- Mise sur pied complexe et coûteuse - Administration plus complexe

CHOISIR LE NOM DE SON ENTREPRISE

Comment bien choisir son nom d'entreprise?

Le choix du nom de son entreprise aura un impact direct sur la perception qu'auront vos clients potentiels, donc inutile de vous dire que cette étape est très importante.

Au niveau du choix des mots, le nom de votre entreprise devrait être facilement prononçable, facile à retenir et facile à épeler. De cette manière, vos clients pourront référer votre entreprise sans problème. Assurez-vous toutefois de vous distinguer de vos concurrents pour ne pas que l'on vous confonde. Il est généralement conseillé de faire preuve d'originalité et de marquer les esprits en trouvant un nom d'entreprise accrocheur et percutant. Pourquoi ne pas choisir un nom qui évoque un message, un avantage de votre entreprise ou encore trouver une métaphore?

Vous souhaitez constituer une société par actions et aimeriez réserver le nom de votre entreprise?

Sachez qu'il est possible de procéder à la réservation du nom directement sur le site du Registraire des entreprises du Québec.

À éviter :

- **Utiliser des acronymes;** Ils sont beaucoup plus difficiles à mémoriser que les noms inventés.
- **Avoir un nom trop long;** Il est généralement conseillé d'avoir un maximum de 4 syllabes.
- **Choisir un nom banal;** On ne devrait pas confondre votre nom d'entreprise avec celui d'une autre.
- **Ajouter une indication géographique;** Ajouter votre localité peut avoir un impact sur votre entreprise si vous souhaitez élargir votre marché.
- **Oublier de valider la signification de votre nom dans d'autres langues;** Si vous souhaitez exporter votre produit ou service, assurez-vous de connaître la traduction de votre nom dans la langue du pays que vous convoitez. Vous désirez rester au Québec? Vérifiez minimalement la traduction de votre nom d'entreprise en anglais.

POUR SAVOIR SI LE NOM D'ENTREPRISE QUE VOUS DÉSIREZ EST DISPONIBLE, CONSULTEZ LE REGISTRAIRE DES ENTREPRISES DU QUÉBEC :

- [Registraire des entreprises du Québec](#)

Avez-vous pensé à votre nom de domaine?

Avant même d'enregistrer le nom de votre entreprise, il est impératif de vérifier la disponibilité de votre nom de domaine. Mon quoi? Le nom de domaine est un peu votre identité numérique. Il s'agit de l'adresse de votre site web et il est toujours suivi d'une extension (.com; .ca; .org; etc.).

Pour vérifier la disponibilité d'un domaine, commencez par rechercher votre nom sur un moteur de recherche tel que Google. Si aucun site internet ne porte votre nom, procédez à l'enregistrement de votre nom de domaine.

PERMIS, LICENCES ET AUTORISATIONS

Avant de vous lancer en affaires, assurez-vous de bien connaître les lois, normes et règlements qui régissent votre secteur d'activité ainsi que les permis, licences, certifications et autorisations nécessaires à votre démarche.

Où s'informer?

Au niveau fédéral et provincial

Le gouvernement du Québec a mis en ligne une plateforme, nommée le PerLE, répertoriant les différents permis et licences nécessaires à l'exploitation d'une entreprise selon son secteur d'activité.

Au niveau municipal

Il est toujours recommandé de contacter votre municipalité afin de discuter des différents permis nécessaires ou encore des règlements de zonage en vigueur.

http://



Bien s'assurer

Une bonne couverture d'assurances est toujours recommandée lorsque l'on se lance en affaires. Contactez votre courtier d'assurances afin de connaître les couvertures nécessaires pour vous, notamment :

Assurance vie et invalidité

- Couverture contre les difficultés financières de votre famille en cas de problèmes de santé vous empêchant de travailler ou de décès.

Assurance responsabilité civile et professionnelle

- Couverture contre de possibles fautes ou erreurs professionnelles.

Assurance responsabilité civile

- Couverture en cas de blessures ou de dommages matériels dus à la négligence de l'entreprise et couverture des dommages subis par un client en lien avec un produit de l'entreprise.

Assurance contre les pertes d'exploitation

- Les revenus de l'entreprise sont couverts lors d'une catastrophe forçant la fermeture de l'entreprise.

Assurance automobile

- Assurance automobile distincte pour un véhicule d'entreprise.

Assurance des biens

- Couverture des actifs de l'entreprise

Attention!

Certains domaines sont plus difficiles à assurer que d'autres: confection pour enfants, produits de santé naturels, cosmétiques, soins de santé alternatifs, etc.

Certaines compagnies vont refuser carrément, d'autres auront des restrictions importantes sur votre prestations de services/types de produits vendus. Les prix peuvent aussi être très élevés.

Si vous êtes dans ces secteurs d'activités, la recherche d'assurances devrait être l'une de vos premières étapes.

Un bon courtier vous aidera à trouver une compagnie qui sera prête à vous assurer, avec les meilleures conditions.

COMMERCIALISATION ET COMMUNICATION

Stratégie et politique de prix

Pour fixer votre prix, prenez en considération :

- Le prix que les clients sont prêts à payer
- Le prix fixé par les concurrents
- Les caractéristiques de votre produit ou service
- Votre prix de revient
- La marge de profit souhaitée

En plus d'établir votre prix :

- Planifiez vos modes de paiement (*Comptant, chèque, débit, crédit*)
- Établissez votre politique de prix (*Escompte, offres de prix*)
- Établissez vos conditions de paiement (*Comptant, 10 jours, 30 jours, etc.*)



Stratégie de distribution

Circuit direct (Producteur → Client)

- La vente directe au client permet d'obtenir des commentaires immédiats et de s'ajuster plus rapidement, en plus de permettre au producteur d'obtenir une marge de profit plus intéressante. Toutefois, ce type de circuit augmente la charge de travail du promoteur et l'oblige à maintenir un niveau d'inventaire, ce qui limite les liquidités disponibles de l'entreprise.

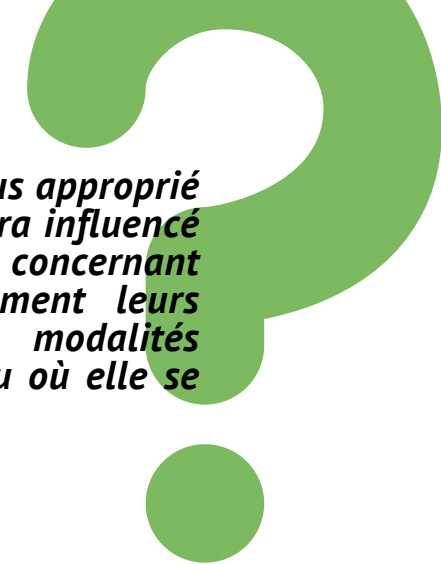
Circuit court (Producteur → Distributeur → Client)

- En effectuant une vente via un intermédiaire, la marge de profit diminue légèrement, mais reste tout de même intéressante. Le point majeur de ce type de circuit est le fait que le producteur se doit toujours de maintenir un certain niveau d'inventaire.

Circuit long (Producteur → Grossiste → Distributeur → Client)

- En sous-traitant le processus de vente grâce à l'implication de plusieurs intermédiaires, les dépenses du producteur liées au personnel de vente sont limitées, en plus d'atteindre un bassin de clients beaucoup plus grand. Toutefois, la marge de profit est beaucoup plus faible et il devient difficile d'obtenir la rétroaction des consommateurs.

Le choix du circuit le plus approprié pour votre entreprise sera influencé par plusieurs facteurs concernant votre clientèle, notamment leurs critères d'achat, leurs modalités d'achat ainsi que le lieu où elle se trouve.



Promotion de votre entreprise

Pour propulser votre entreprise, vous devez la promouvoir à l'aide des bons outils et des bons moyens de communication.

Outils de communication :

- Logo, image corporative
- Dépliant publicitaire
- Site web
- Cartes d'affaires
- Enseigne extérieure
- Objets promotionnels
- Portfolio de réalisation

Activités promotionnelles :

- Ouverture officielle
- Portes ouvertes

Moyens de communication :

- Réseaux sociaux
- Journaux locaux
- Radio
- Télévision
- Revues spécialisées
- Infolettre
- Porte-à-porte

- Foires commerciales
- Expositions

Stratégie de réseaux sociaux

1 Définir l'**OBJECTIF**

- Établir la notoriété et se faire connaître
- Créer un engagement
- Inciter le passage à l'action (achat, inscription, etc.)
- Fidéliser le client pour qu'il revienne

2 Définir le **PERSONA**

- Se référer à la page 12

3 Choisir le bon réseau social

- Facebook
- LinkedIn
- Youtube
- Instagram
- Tik Tok



Facebook

- Surtout ciblé sur les 40 ans et +
- 3 publications par semaine
- “Story”
- Vidéos à privilégier
(Elles permettent 2X plus d’interaction et de visibilité)
- Portée minime
(Seulement 10% de vos abonnés environ verront vos publications)

Youtube

- Surtout pour des tutoriels et du contenu original, et non de la promotion
- Les Shorts permettent de réutiliser des contenus en provenance de Tik Tok ou d’Instagram

Tik Tok

- Surtout ciblé vers les plus jeunes générations
- 2-3 publications par semaine. Beaucoup de “story” sont nécessaires pour se démarquer (au moins une par jour).
- Courtes vidéos humoristiques ou musicales

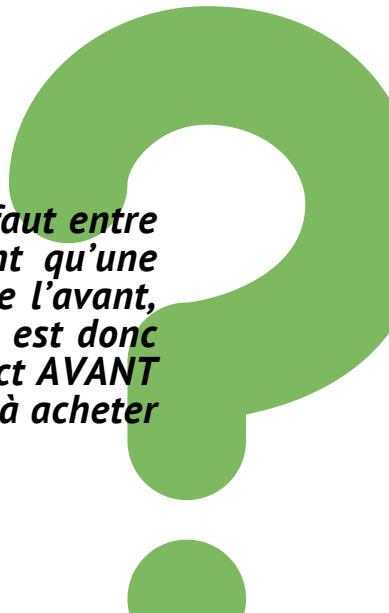
LinkedIn

- Surtout pour le B2B (*Business To Business*). C’est l’entrepreneur qui parle et non l’entreprise.

Instagram

- Surtout ciblé sur les 30-40 ans
- 2-3 publications par semaine. Beaucoup de “story” sont nécessaires pour se démarquer (au moins une par jour).
- Contenu axé sur la beauté, les photos artistiques et le style de vie

Peu importe le réseau social, il faut entre 7 à 12 points de contact avant qu’une personne ne soit prête à aller de l’avant, à s’engager et à acheter. Le but est donc de multiplier les points de contact AVANT de vendre. Les clients sont prêts à acheter lorsqu’il y a une RELATION.



Astuces pour trouver du contenu

- 1 Faire l'inventaire du contenu en dormance (*contenu déjà créé*)
- 2 Questionner les clients
 - Que veulent-ils?
 - De quoi ont-ils besoin?
 - Quels sont leurs problèmes ou leurs défis?
- 3 Noter les questions qui sont posées lors de rencontres/*live*/contenu publié
- 4 Utiliser Google et Youtube par complétion de phrases
 - Donne les fins de sujets les plus recherchés
 - Donne les sujets les plus recherchés ensuite (les gens ont aussi cherché...)

- 5 Faire un calendrier de publication à partir de contenu original

- Les utilisateurs préfèrent le contenu que vous créez. Vous êtes ceux et celles qui connaissez le mieux votre mission, votre environnement et vos valeurs. Quand vous créez du contenu propre à votre entreprise ou organisation, vous optimisez votre stratégie de réseaux sociaux.

Pensez à des thèmes principaux qui peuvent revenir (EX : les événements récurrents (Noël, journées mondiales, été, etc...), coulisses de la « vie d'entreprise », tutoriels, produits, etc. Créez et utilisez votre bible de contenu. Étalez le plus possible les contenus dans le temps (ou sur les différentes plateformes (infolettre, réseaux sociaux) en les segmentant. Faites des publications engageantes en posant des questions (sondage, choix divers, votes, etc).

- 6 Garder de la flexibilité

- Il est indispensable de rester à l'affût de l'actualité selon vos objectifs et de déplacer la journée même une publication pour valoriser une histoire qui touchera votre public.

Ces astuces permettent de trouver, concrètement, des sujets qui intéressent et touchent vraiment les clients potentiels. Cela crée ainsi plus d'impact car il y a une réponse/solution à des questionnements/enjeux réels des clients. Ils sont ainsi plus tentés de partager votre contenu, ce qui entraînera plus de visibilité pour votre entreprise.



LOCALISATION

Les trois facteurs les plus importants pour un commerce de détail sont...***l'emplacement, l'emplacement et l'emplacement!*** Le choix de la localisation de votre entreprise n'est donc pas à prendre à la légère, car votre rentabilité en sera directement affectée. Toutefois, la décision ne se prendra pas de la même façon si l'entreprise est de nature industrielle ou commerciale.

Comment choisir entre acheter ou louer un espace ou encore établir son entreprise de son domicile?

La première chose à faire est de bien identifier les facteurs importants à votre projet d'affaires, tels que :

- Le zonage
- La méthode de distribution de votre produit/service
- Les besoins actuels et futurs en termes d'espace
- La présence de main-d'œuvre qualifiée
- L'emplacement de la concurrence et des fournisseurs
- Le profil de la clientèle cible
- Les habitudes de déplacement de la clientèle
- Le coût
- L'accessibilité

Saviez-vous qu'il est possible de publier ou "d'enregistrer" votre bail commercial au Registre foncier du Québec afin de vous protéger en vue de la vente possible de l'immeuble dans lequel vous vous trouvez?

Discutez-en avec un avocat pour plus de détails.

Service de proximité (Épicerie, dépanneur, boulangerie, etc.)

Comme la concurrence peut être forte dans ce secteur, il est recommandé de vous installer près d'une artère commerciale achalandée. Les consommateurs sont moins portés à se déplacer pour se procurer des produits de commodités. Se positionner près d'entreprises complémentaires est idéal.

Produit unique

Plus votre offre est unique, plus les gens seront prêts à se déplacer pour se procurer votre produit. Nous n'avons qu'à penser à l'entreprise IKEA. Il pourrait être avantageux de sortir des artères commerciales et de s'installer dans un lieu procurant des avantages comme un loyer à prix inférieur ou un espace plus grand.

Entreprise de service

Les entreprises de service ne diffèrent pas vraiment des entreprises commerciales. Plus le service est commun, plus il faudra être près de la clientèle. Le contact avec le client doit-il se faire en personne? Selon votre secteur d'activité, il pourrait être intéressant d'inverser le processus et de vous déplacer chez le client. Vous pourriez ainsi travailler à domicile si la réglementation le permet et limiter les frais de l'entreprise.



BESOINS EN MAIN-D'OEUVRE

Votre entreprise compte-t-elle embaucher des employés à moyen terme? Dans un processus de planification, il importe de déterminer à l'avance quelques facteurs relatifs à l'embauche d'employés :

- Identifiez les postes pour lesquels vous pensez effectuer du recrutement
- Déterminez la description de tâches de ces postes
- Pensez aux qualifications que vous exigerez de vos employés
- Établissez les conditions d'emplois, telles que le salaire et les avantages sociaux que vous comptez offrir et que vous *pouvez* offrir
- Développez un plan de formation pertinent pour vos employés et établissez des guides et procédures

L'embauche d'employés vient aussi avec quelques obligations, notamment l'enregistrement aux fichiers des retenues à la source et la CNESST. Pour plus d'informations, allez à la section des obligations gouvernementales.



CHOIX DES FOURNISSEURS

Que ce soit pour un approvisionnement en matières premières, en équipement ou encore en marchandises, les fournisseurs sont à la base du service que l'on veut offrir à nos clients.

Dépendre d'un seul fournisseur représente un grand risque. Que ferez-vous si celui-ci devait fermer? À l'inverse, s'approvisionner auprès de trop de fournisseurs différents n'est pas optimal. En cas d'urgence, un fournisseur ne sera peut-être pas tenté de vous accommoder si votre volume d'achat est faible.

Critères de sélection

- La fiabilité du fournisseur
- La qualité
- Le prix
- Le niveau minimum pour passer une commande
- Les délais de livraison
- Les conditions de paiement
- Le service après-vente

Identification de fournisseurs potentiels

- Écoutez les recommandations
- Recherchez sur Internet
- Contacter les associations professionnelles
- Faites des rencontres lors d'expositions
- Regardez les revues spécialisées
- Les conditions de paiement
- Le service après-vente

UNE FOIS QUE VOS FOURNISSEURS ONT ÉTÉ SÉLECTIONNÉS, PENSEZ À ENTAMER UNE NÉGOCIATION AVEC CEUX-CI ET RÉDIGER UN CONTRAT.



CONVENTION D'ACTIONNAIRE

Vous avez constitué une société en nom collectif ou une société par actions? Il est fortement recommandé que vous développiez une convention d'actionnaires.

Pourquoi une convention d'actionnaire?

Certaines lois comme la Loi sur les sociétés par actions régissent les entreprises, permettant d'établir une structure commune à travers chacune d'entre elles. Toutefois, certains points de la structure doivent encore être établis, tels que les règlements généraux, le fonctionnement et la structure de la société, la nature des relations que les actionnaires auront entre eux et leur engagement envers la société.

Tel un contrat de mariage, la convention d'actionnaires sert à solutionner certaines situations susceptibles de se produire et pouvant être conflictuelles, telles que :

- Le décès d'un actionnaire
- La faillite d'un actionnaire
- La vente des parts de l'un des actionnaires

La rédaction d'une convention d'actionnaires peut vous éviter énormément de tracas dans le futur, d'où l'importance de ne pas la prendre à la légère et de consulter un avocat ou un notaire dans cette démarche.

POUR VOUS AIDER, N'HÉSITEZ PAS À CONSULTER :

- *Un avocat*
- *Un notaire*

OBLIGATIONS GOUVERNEMENTALES

Lors du démarrage d'une entreprise, certains enregistrements et inscriptions sont nécessaires afin de permettre à votre entreprise d'opérer en toute légalité.

Le gouvernement du Québec a mis en place le service en ligne « Démarrer une entreprise » vous permettant d'effectuer à un seul endroit, les démarches nécessaires liées au démarrage de votre entreprise auprès de plusieurs ministères et organismes du gouvernement du Québec.

Ce service vous permet de :

- Effectuer les démarches en vue de vous acquitter d'obligations liées au démarrage de votre entreprise auprès de plusieurs ministères et organisme du gouvernement du Québec
- Faire le suivi de vos démarches à un seul endroit
- Connaître les obligations à remplir auprès des ministères et organismes qui ne participent pas au service « Démarrer une entreprise »

Immatriculation

Au Québec, la plupart des entreprises, peu importe leur forme juridique, ont l'obligation de s'immatriculer et de se faire attribuer un numéro d'entreprise du Québec (NEQ).

Seule une personne physique qui exploite une entreprise individuelle sous un nom qui comprend son nom et prénom n'a pas à s'immatriculer.

- *Service de photographie R. Desmarais* —> *Obligation de s'immatriculer*
- *Service de photographie Roland Desmarais* —> *Pas d'obligation à s'immatriculer*

Qu'est-ce qu'un NEQ?

Le NEQ est un identifiant numérique composé de dix chiffres qui est attribué à toutes les entreprises immatriculées au registre des entreprises du Québec. Il permet de faciliter l'identification de l'entreprise auprès des organismes publics et accélère ainsi les relations entre les deux parties.



Comment s'immatriculer?

L'immatriculation d'une entreprise se fait en ligne via la plateforme du Registraire des entreprises du Québec. Sur celle-ci vous trouverez l'information et la documentation nécessaire selon la forme juridique choisie pour votre entreprise.

POUR CONSULTER LE SITE DU REGISTRAIRE DES ENTREPRISES DU QUÉBEC :

- ◉ [Registraire des entreprises du Québec](#)

Enregistrement aux taxes

Lorsque vous êtes enregistré aux taxes, vous avez l'obligation de percevoir la TPS (5%) et la TVQ (9,975%) sur tous les produits et services taxables vendus par l'entreprise. Ces taxes devront être retournées au gouvernement.

De plus, l'enregistrement aux taxes vous permet de récupérer la TPS/TVH et la TVQ que vous avez payées sur les biens et services achetés dans le cadre de vos activités commerciales, en demandant un crédit de taxe sur les intrants (CTI) et un remboursement de la taxe sur les intrants (RTI).

Suite à votre enregistrement, vous devrez produire vos déclarations de TPS/TVH et de TVQ de façon mensuelle, trimestrielle ou annuelle. Vous devrez donc déduire la TPS/TVH et la TVQ payées sur vos intrants des taxes que vous avez perçues sur vos ventes. La taxe nette devra donc être retournée au gouvernement.

POUR SAVOIR COMMENT VOUS ENREGISTRER, CONSULTEZ LE SITE DE REVENU QUÉBEC :

- ◉ [Revenu Québec](#)

Inscription aux fichiers de retenues à la source

Avant d'effectuer diverses retenues sur la paie d'un employé, tout nouvel employeur a l'obligation d'obtenir son numéro d'identification en s'inscrivant au fichier des retenues à la source auprès de Revenu Québec et d'ouvrir un compte de programme de retenues sur la paie de l'Agence du revenu du Canada.

Chaque mois, l'employeur a la responsabilité d'effectuer ses remises gouvernementales en versant les retenues à la source et les cotisations d'employeur aux différents paliers de gouvernement.

La fréquence des remises gouvernementales peut changer selon certaines conditions. Il est de la responsabilité de l'employeur de faire la vérification auprès des instances gouvernementales.

POUR VOUS INSCRIRE AUX FICHIERS DE RETENUES À LA SOURCE :

- [Revenu Québec](#)
- [Agence du revenu du Canada](#)

Inscription auprès de la CNESST

Toute entreprise ayant un établissement au Québec et comptant au moins un travailleur, à temps plein ou non, a l'obligation de s'inscrire auprès de la CNESST. En plus de protéger vos employés en cas d'accident du travail, la CNESST établit les normes minimales à respecter dans le cadre du travail, notamment en ce qui a trait à la paie, aux jours fériés, aux congés de maladie, etc.

L'inscription auprès de la CNESST doit se faire au plus tard 60 jours suivant la première journée de travail de votre premier travailleur. Il est également possible de vous inscrire jusqu'à 30 jours avant son arrivée en poste.

Suite à son inscription auprès de la CNESST, l'employeur doit se conformer à plusieurs obligations, notamment au paiement d'un taux de prime qui est défini selon le secteur d'activité de l'entreprise.

POUR VOUS INSCRIRE AUPRÈS DE LA CNESST ET PROTÉGER VOS EMPLOYÉS :

- [CNESST](#)

Saviez-vous que les présentes inscriptions ne sont obligatoires que lors de l'embauche d'un ou plusieurs employés?





Financement de votre projet

Selon l'importance de votre projet, il sera peut-être impossible de le financer vous-même en totalité et même si vous le pouviez, ce n'est pas toujours la meilleure option d'un point de vue financier ou stratégique. Pour cette raison, vous pouvez faire appel à divers programmes de prêts pour vous aider à réaliser votre projet et que les conseillers de la MRC sont là pour vous guider dans la recherche de financement.

Afin de déterminer le montant nécessaire pour votre projet, il faudra faire la liste des investissements requis, les montants estimés le plus précisément possible, en incluant le montant requis en fonds de roulement.

On prépare ensuite un montage financier, un document qui présente d'un côté les montants requis et pour quelles raisons et de l'autre, les sources de financement envisagées pour le projet, le montant requis pour chaque source. On prépare quelques mois avant le démarrage de votre projet. Même avec la meilleure préparation du monde, la confirmation d'un financement prend du temps. Ne vous y prenez pas à la dernière minute!

CHAQUE PROGRAMME DE FINANCEMENT A DES CONDITIONS DIFFÉRENTES. C'EST POURQUOI IL EST IMPORTANT DE BIEN LES COMPRENDRE ET DE CHOISIR CEUX QUI OFFRENT LES MEILLEURS CONDITIONS À VOTRE PROJET.



Prévisions financières

Une fois votre montage financier établi, vous devrez préparer des prévisions financières détaillées qui démontreront la viabilité de votre projet. Ces prévisions constituent un élément essentiel de votre plan d'affaires et seront scrutées par les investisseurs et les institutions financières.

Les prévisions financières sont des projections chiffrées de l'évolution de votre entreprise sur une période donnée, généralement trois à cinq ans. Elles comprennent principalement trois documents comptables prévisionnels : le compte de résultat prévisionnel, le bilan prévisionnel et le budget de caisses prévisionnel.

Les prévisions financières bien construites constituent un outil de gestion précieux et renforcent la confiance des partenaires financiers dans votre projet. Prenez le temps nécessaire pour les élaborer avec soin, quitte à faire appel à un comptable ou un conseiller financier pour vous accompagner dans cette démarche cruciale.

Les composantes essentielles

Le budget de caisse prévisionnel

Probablement le plus important pour une entreprise en démarrage, ce tableau présente les entrées et sorties d'argent mois par mois. Il vous permet de prévoir les périodes où vous pourriez manquer de liquidités et d'anticiper vos besoins en financement. Vous devrez estimer vos ventes en vous basant sur une analyse de marché réaliste, puis calculer vos coûts variables et fixes.

Les états financiers prévisionnels

Ceux-ci comprennent l'état des résultats et le bilan. L'état des résultats prévisionnels est un document présentant vos revenus et charges prévisionnels pour chaque année. Il vous permet de déterminer si votre entreprise sera rentable et à partir de quand.

Le bilan présente la situation financière de votre entreprise à un moment donné. Il fait état de vos actifs (ce que possède l'entreprise) et de vos passifs (ce qu'elle doit). Ce document évolue d'année en année selon les résultats de votre compte de résultat.



Prévisions financières

Comment élaborer des prévisions réalistes?

- Partir de données concrètes
- Basez vos estimations sur des informations vérifiables : études de marché, prix de la concurrence, coûts réels des fournisseurs, tarifs de location, etc. Évitez les projections trop optimistes qui pourraient nuire à votre crédibilité.
- Prévoir plusieurs scénarios
- Préparez au minimum trois scénarios : optimiste, réaliste et pessimiste. Cela démontre que vous avez réfléchi aux risques et aux opportunités, et que vous savez vous adapter aux différentes situations.
- Détailler vos hypothèses
- Documentez les hypothèses qui sous-tendent vos prévisions. Par exemple, si vous prévoyez une croissance de 20% des ventes la deuxième année, expliquez sur quoi vous basez cette projection.

Les erreurs à éviter

- Il est fréquent de sous-estimer les délais de paiement des clients et de surestimer la rapidité avec laquelle les ventes décolleront. Prévoyez également une marge pour les imprévus et n'oubliez pas d'inclure votre propre rémunération dans vos charges.
- L'importance du suivi
- Vos prévisions ne sont pas figées. Une fois votre entreprise lancée, comparez régulièrement vos résultats réels aux prévisions et ajustez-les au besoin. Cet exercice vous aidera à mieux piloter votre entreprise et à anticiper les difficultés.

POUR VOUS N'HÉSITEZ PAS À VENIR RENCONTRER UN CONSEILLER DE L'ÉQUIPE DE LA MRC DE COATICOOK.

Check-List
de démarrage

	Étapes du démarrage
☐	Évaluation du profil entrepreneurial Connaissez-vous les caractéristiques d'un entrepreneur? Sur quelles forces allez-vous capitaliser?
☐	Évaluation de l'idée d'affaires Quel serait votre modèle d'affaires? Est-ce réalisable?
☐	Étude de marché Avez-vous testé la viabilité de votre idée auprès de votre clientèle cible?
☐	Développement du plan d'affaires Quelles sont les prochaines étapes de votre développement? Quelles sont les ressources nécessaires à votre projet? Quelles sont vos prévisions financières?
☐	Nom de l'entreprise Quel nom représente le mieux votre entreprise? Correspond-il au positionnement que vous souhaitez avoir? Devez-vous effectuer la réservation de votre nom?
☐	Nom de domaine Votre stratégie marketing incluait un site internet? Réservez votre nom de domaine!

	Étapes du démarrage (suite)
☐	Financement du projet -préparation du montage financier Comment allez-vous financer votre projet? Avez-vous besoin de financement? Quels sont les conditions de chaque partenaire financier?
☐	Immatriculation de l'entreprise Quelle est la forme juridique de votre entreprise? Devez-vous vous enregistrer ou vous incorporer?
☐	Compte d'une institution financière Vous avez besoin d'un compte bancaire spécifique à votre entreprise?
☐	Inscriptions gouvernementales : • Inscription aux fichiers des taxes • Inscription au fichier de l'impôt des sociétés
☐	Validation du choix de l'emplacement auprès de la municipalité
☐	Négociation du bail (ou des conditions d'achat)
☐	Obtention des permis et licences nécessaires à l'entreprise Certains permis demandent beaucoup de démarches et des délais importants, renseignez-vous comme il faut lors du développement du plan d'affaires.

	Étapes du démarrage (suite)
☐	Obtention des assurances
☐	Mise en place d'un système comptable
☐	Convention d'actionnaires Vous êtes plus d'un propriétaire au sein de l'entreprise? Si c'est le cas, une convention d'actionnaires ou de partenaires est primordiale.
☐	Inscription au fichier des retenues à la source • Auprès de Revenu Québec • Auprès du programme de retenues sur la paie auprès de l'Agence du revenu du Canada • CNEST
☐	Obtention des permis et licences nécessaires à l'entreprise Certains permis demandent beaucoup de démarches et des délais importants, renseignez-vous comme il faut lors du développement du plan d'affaires.
☐	Commandes des fournitures et équipements
☐	Finalisation du financement et déboursé(s)

**PARCE QUE TOUT
PART D'UN RÊVE...**

**FONCEZ!
C'EST VOTRE TOUR!**

