



Formation professionnalisante

CRÉATION D'ENTREPRISE

Apprenez à créer, diriger et développer une société dans le secteur tertiaire.

CRÉATION D'UNE ENTREPRISE DE SERVICES

Centres de formation
Véronique de Luca Formation

Aucune représentation ou reproduction, même partielle, autres que celles prévues à l'article L 122-5 2° et 3° a) du Code de la propriété intellectuelle, ne peut être faite sans l'autorisation expresse de la société IFSMS® ou, le cas échéant, sans le respect des modalités prévues à l'article L 122-10 du dit-code.

IFSMS est une marques protégée et déposée à l'INPI.
© IFSMS 2008-2022

Nous avons constaté que lors de reconversion professionnelle vers l'entrepreneuriat, les nouveaux acteurs avaient de fortes connaissances pour leur cœur de métier mais que la dimension entrepreneuriale de leur nouvelle activité était rarement préparée et valorisée.

Pourtant c'est la conjugaison entre la conduite de l'entreprise et l'exercice du métier qui conduit à la réussite et à la pérennité de celle-ci.

C'est pour apporter cette dimension de chef d'entreprise que nous avons créé cette formation.

Nous voulons une formation complète apportant des outils du quotidien pour qu'elle soit, avant tout, utile et concrète. Durant le parcours de formation, une attention particulière est portée sur la conception de l'offre et sur les motivations des clients car il a été objectivé que près de la moitié (48%) des cessations d'activité a pour origine une offre qui ne trouve pas écho sur son marché.

Nous avons ouvert cette formation à tous les futurs professionnels du service car la dimension entrepreneuriale de toute activité est commune. Nous espérons accompagner chacune et chacun à construire un regard constructif et critique sur leur nouveau rôle dans la société pour qu'ils se dirigent vers leur réussite et leur épanouissement.

Véronique de Luca
Directrice



Vous avez choisi votre reconversion professionnelle ; vous allez devenir chef d'entreprise pour exercer votre nouvelle activité.

Le chemin vers votre réussite ne doit pas être parcouru par hasard, vous devez décider de votre route et vous conduire vers vos objectifs.

Cette nouvelle posture professionnelle demande de maîtriser des savoir-faire spécifiques à la conduite de l'entreprise, en plus de vos compétences métiers.

Cette formation est conçue afin de vous apporter les connaissances nécessaires à tous les aspects de la création d'entreprise et vous permettre de franchir les étapes qui vous feront devenir votre propre chef d'entreprise.

Cette formation vous permet de formaliser votre projet, de clarifier votre positionnement et votre offre, de faire les choix éclairés pour la mise en œuvre de moyens et de méthodes pertinents, de définir vos objectifs et de vérifier la réalité économique de votre future activité.

Cette formation s'adresse à toute personne qui a un projet de création, ou de reprise, d'une entreprise dans le secteur tertiaire.

PUBLIC (pré-requis)

La formation s'adresse à toute personne qui a un projet argumenté de création - ou de reprise - d'entreprise dans le domaine des services et qui considère la dimension économique de son entreprise comme un objectif central.

Le porteur de projet doit disposer d'une qualification dans le domaine d'activité qui sera l'objet de l'entreprise.

Un entretien préalable permet d'évaluer la réalité et la dimension du projet envisagé.

UNE FORMATION
TRANSVERSE

VISÉES PROFESSIONNELLES

La formation s'adresse à tous ceux et celles qui créent une entreprise avec un objectif économique professionnel.

La formation vise à professionnaliser les porteurs de projet en leur permettant l'acquisition des compétences liées à l'exercice de la fonction de chef d'entreprise.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Cette formation prépare le créateur d'entreprise à ses nouvelles responsabilités en lui apportant les bases théoriques et pratiques de l'entreprise individuelle.

- Disposer des fondamentaux pour préparer et démarrer son entreprise ;
- Disposer des concepts et des définitions pour construire son offre à partir de son cœur de métier et comprendre la création de valeur pour la développer ;
- Analyser le marché et connaître ses futurs clients, identifier les opportunités d'activité et définir les moyens nécessaires pour conduire l'activité ;
- Fixer des objectifs et mettre en place des indicateurs de suivi ;
- Apprendre les bases de la comptabilité et comprendre les principaux documents comptables ;
- Réaliser ses prévisionnels financiers et construire son plan d'action.

PROGRAMME

3 FORMULES POUR UNE FORMATION ADAPTÉE

La formation est déclinée en 3 propositions : formation de base, formation parcours court et formation soutenue. Chaque proposition traite chaque partie avec plus ou moins d'intensité afin d'adapter le parcours à l'expérience acquise de chaque apprenant.

La choix de la formation s'effectue après un entretien de positionnement.

- **Parcours court - 35 heures**

Apprenant ayant une expérience commerciale et ayant eu la responsabilité de la conception de son offre commerciale et disposant d'autonomie dans l'exécution de sa mission (fixation objectifs, organisation des plannings, suivi prospect, gestion compte clients...)

- **Parcours standard - 63 heures**

Toute personne n'ayant pas d'expérience de l'entreprise et de la fonction commerciale.

- **Parcours soutenu - 126 heures**

Apprenant aspirant à une forte maîtrise de l'ensemble des fonctions de l'entreprise et plus particulièrement de la fonction gestion et de la fonction commerciale. Elle concerne les porteurs de projets d'ampleur qui prévoient le recrutement plus de 5 salariés dans la fonction commerciale en particulier.

Ce parcours approfondit les modules 3,7 et 8 afin d'apporter à l'apprenant une expertise sur ces points

PARTIE 1

Le statut de l'entreprise et sa création

Objectif : Choisir le statut adapté en fonction de son projet et de sa situation personnelle.

Les différents statuts existants et leurs cadres juridique et légal
 Les conséquences patrimoniales, sociales et fiscales des statuts
 L'impact du statut sur la représentation de l'entreprise par les tiers
 Les avantages et inconvénients de la SASU et la SAS comparés aux autres statuts possibles
 Intérêt de la SASU ou de la SAS pour une représentation valorisée de l'entreprise
 Les modalités de création d'une SASU ou d'une SAS
 La rédaction des statuts : les points clés
 Le rôle et le montant du capital social
 Le nom commercial de l'entreprise
 La création
 Le dépôt du capital et le compte bancaire
 L'annonce légale, l'attestation de non-condamnation...
 Le formulaire M0
 Le Kbis
 La marque : utilité, nécessité selon le projet d'entreprise, dépôt et protection

PARTIE 2

Les fondamentaux préalables

Objectif : Concevoir et s'approprier les fondamentaux de sa future entreprise. En comprendre l'importance et l'impact sur la conduite future de l'activité et sur le marché visé.

La vision, la mission, les valeurs
 Définir et construire sa vision d'entreprise
 Utilité et rôle de la vision
 Définir et rédiger sa mission
 Utilité et rôle de la mission
 Poser et affirmer les valeurs de l'entreprise
 Exprimer les valeurs de l'entreprise

PARTIE 3

Votre offre

Objectif : Connaître les concepts fondamentaux qui sous-tendent la création d'une offre de services attractive et adaptée.

Les questions essentielles pour définir et comprendre son offre :

 Pourquoi les clients vont choisir mon offre, pourquoi la mienne ?

 Pourquoi les clients vont accepter de payer le prix demandé ?

Les motivations d'achat des consommateurs

Les postures des consommateurs face aux offres

La valeur et son importance dans la décision d'achat

Comprendre les 2 composantes de la valeur

Construire l'expérience client, découvrir ses composantes

Comprendre l'impact de l'expérience client dans la représentation de la valeur

Les possibilités d'action de l'entrepreneur pour augmenter l'intérêt de l'offre

La différenciation, la distinction

Comprendre la nécessité d'une offre distincte

Appréhender les facteurs de différenciation et agir

Les conséquences de l'immatérialité d'une offre de services

Rédiger une promesse

PARTIE 4

Le marché

Objectif : Savoir analyser son marché dans ses 3 composantes : les clients, les concurrents, l'environnement.

Conduire une étude de marché, les sources d'informations

Analyser le potentiel client

Rédiger son, ou ses, « persona »

Définir sa concurrence au regard de son offre ; la quantifier et l'analyser

L'environnement législatif, commercial, structurel de l'entreprise

Création d'une veille sectorielle

PARTIE 5

Vos objectifs

Objectif : Savoir fixer les objectifs commerciaux de l'entreprise en s'appuyant sur son marché et son offre.

Définir ses objectifs commerciaux

Comprendre la construction d'objectifs de vente

Concevoir les indicateurs de suivi KPI : données à suivre, valeurs de contrôle...

Mise en place d'une CRM

Première approche des prix

PARTIE 6

Les moyens structurels et organisationnels

Objectif : Identifier et arbitrer les moyens à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs sur le marché pour l'offre choisie.

Inventaire des moyens organisationnels possibles ; analyse des coûts

Inventaire et discussion des moyens de communication ; analyse des coûts

Inventaire et discussion des partenaires nécessaires (banquier, comptable...)

Mise en perspective des moyens au regard de la valeur souhaitée

PARTIE 7

La communication, les réseaux, le plan d'action

Objectif : Connaître les différentes possibilités de communication et de publicité et rédiger son plan d'action daté.

Les moyens de communication et de publicité

Internet

Plaquette, flyers

La publicité en ligne

Les réseaux sociaux, le blog, les vidéos, l'emailing...

La publicité "papier"

Les réseaux d'entrepreneurs

Les réseaux de notoriété et les actions dans les structures territoriales

Les prescripteurs

La presse

Les conférences

Les salons professionnels et grand public

L'argumentation

La rédaction de l'argumentaire : structure, objectif, déroulé

La réponse aux objections

L'entretien de vente

La définition et l'objectif du plan d'action

La chronologie du plan dans la perspective des objectifs

L'écriture d'un plan d'action prévisionnel daté

La chronologie de la mise en œuvre des moyens

PARTIE 8

La gestion financière

Objectif : Comprendre les notions comptables, extraire les informations utiles d'un C.E. et d'un bilan, réaliser son C.E. prévisionnel et son plan de trésorerie.

Le plan comptable

La comptabilité en partie double

Notion de cycle d'exploitation, les frais fixes et les frais variables

Notion d'immobilisation et d'amortissement

Le résultat d'exploitation

Le Compte d'Exploitation

Fixation des prix de vente

Le Bilan

La TVA : principe et fonctionnement

Structure et objectif du prévisionnel

Les tableaux prévisionnels

Rédaction d'un prévisionnel en fonction des objectifs, des moyens et du plan d'action

Calcul du résultat, de la rentabilité, recherche du point mort

Principe de trésorerie, BFR

Objectif et réalisation d'un tableau de trésorerie

Matrice opportunité/risque et matrice force/faiblesse

Les tableaux de suivi et les indicateurs clés

PARTIE 9

Vos collaborateurs

Objectif : Disposer des informations de base pour le recrutement de collaborateurs.

Les déclarations : DPAE, déclarations mensuelles

La convention collective

Le contrat de travail

Initiation au management

Le on-boarding

Cette partie est abordée uniquement lors du parcours soutenu

Modalités d'évaluation

Quizz

Auto-évaluation des compétences acquises via des questionnaires intégrant des mises en situation par partie.

Rédaction d'un document de synthèse (type pitch) de présentation du projet et mettant en avant l'offre et le modèle économique.

Suivi et accompagnement

L'observation des résultats aux quizz et auto-évaluation permettent un suivi pédagogique de l'apprenant dans son parcours formatif.

Durant les 3 mois qui suivent la formation, l'apprenant peut solliciter l'équipe pédagogique sur tout point nécessitant avis et/ou conseils. Cet accompagnement individuel est limité à 4 heures fractionnables.



Coût de la formation

Le coût de la formation dépend de l'option choisie. Nous consulter.

L'inscription se fait avec le formulaire d'inscription sur le site [https:// www.ifsms.com](https://www.ifsms.com).

Modalités et moyens pédagogiques

Cours théoriques, exercices pratiques, travaux de groupe et mises en situation.

Études de cas avec mises en situation.

Durée et horaires

Modules de 1 ou 2 jours répartis sur 7 à 12 mois selon la formule choisie.

Modalité de classe à distance plateforme Zoom pro
Regroupement possible au centre de Clermont-Ferrand

9h00 à 12h00 et 13h00 à 17h00.



La validation de la formation entièrement complétée donne lieu à une attestation de formation.

www.ifsms.com

05 57 14 95 88
formation@ifsms.com

