



COMMENT TROUVER UNE IDEE DE CREATION D'ENTREPRISE ?

La vision classique de l'entrepreneuriat nécessite en effet d'**avoir une idée** avant de rassembler les ressources nécessaires à sa mise en place. Bien qu'il n'existe pas de miracle, citons commeme **certaines pistes aidant à** trouver une idée de création d'entreprise, celle qui sera en adéquation avec vous-même et qui trouvera son marché.

Créer une entreprise part toujours d'une **idée**, certes appuyée par des motivations ou une situation particulière.

Il y a en réalité deux types d'entrepreneurs, celui qui a envie d'entreprendre et donc qui recherche une idée, et celui qui a une idée et donc souhaite créer une entreprise pour l'exploiter.

<h3>L'INSPIRATION</h3>	<h3>L'INNOVATION.</h3>
<p>Une bonne idée de projet peut survenir suite à l'observation de ce qui vous entoure dans le but de s'en inspirer ou de le dupliquer.</p> <p>contrairement aux idées reçues, la bonne idée n'est pas nécessairement quelque chose d'inédit et de novateur. L'essentiel est d'avoir un projet cohérent, bien implémenté sur un marché suffisamment grand pour absorber toute l'offre.</p> <p>Vous avez au moins trois occasions de tirer parti des idées existantes :</p> <p>1) Quand vous êtes en déplacement, notez les concepts originaux que vous croisez. Certains d'entre eux sont peut-être dupli-câbles dans votre région ?</p> <p>2) Quand vous êtes insatisfait d'un produit/service, notez comment vous aimeriez le</p>	<p>Observer ce qui nous entoure , dans le but cette fois de créer quelque chose de nouveau pour résoudre des problèmes existants.</p> <p>Vous pouvez aborder cette piste de deux manières : par l'introspection ou par l'empathie.</p> <p>1) L'introspection : concentrez-vous sur les difficultés que vous rencontrez au quotidien dans quelque domaine que ce soit, et imaginez des solutions.</p> <p>2) L'empathie : appliquer le même principe mais basé sur l'expérience des gens qui vous entourent. Echanger avec eux, rendez-vous disponible pour écouter leurs difficultés, appropriez-vous leurs problèmes... puis tentez d'imaginer des solutions.</p>

La Maison de l'Entrepreneuriat-UFAS1

voir évoluer. Vous pouvez alors proposer les mêmes produits /services, mais mieux !

3) Vous pouvez également envisager non pas de faire mieux que la concurrence mais différemment , penser à une démarcation et non une remarquassions

Dans les deux cas, il faut savoir observer et **être à l'affût** si vous voulez trouver une bonne idée de création d'entreprise. Sachez tirer parti de vos expériences et de celles des autres !

LE CONSEIL DE L'EXPERT EN CREATION D'ENTREPRISE :

Analysez et testez le plus tôt possible votre idée de création d'entreprise. Confrontez votre idée à la réalité, parlez-en autour de vous et relevez les réactions de vos interlocuteurs. Ils pourront peut-être vous éclairer et vous faire voir les choses autrement.

L'idée porte souvent en elle les germes de la réussite du projet ou de son échec : si l'idée est cohérente avec les envies, besoins, savoir-faire et savoir-être du créateur, alors elle aura plus de chances de succès, même si ces éléments ne sont pas suffisants.

L'ORIGINE DE L'IDEE.

Les raisons de la création d'entreprise peuvent être très différentes d'un entrepreneur à l'autre :

- ✓ désir d'indépendance, envie de ne plus avoir de responsable au-dessus de soi,
- ✓ envie de gérer son temps,
- ✓ difficulté à retrouver un emploi salarié,
- ✓ besoin ou envie de s'implanter où l'on veut, par exemple pour quitter une grande ville,
- ✓ envie de se tester, de faire ses preuves,
- ✓ caractère entrepreneur, créateur,
- ✓ envie de créer son propre emploi de manière à utiliser tout son potentiel et faire ce que l'on aime,
- ✓ désir de prendre sa revanche et de prouver des choses aux autres (entourage, famille, collègues ou ancien patron),
- ✓ envie de gagner plus d'argent,
- ✓ désir de donner un sens à sa vie,
- ✓ envie d'exploiter une idée "géniale" ou une opportunité intéressante.

Chacune de ces raisons est légitime, mais doit être modérée :

- ✓ **désir d'indépendance** : n'oubliez pas que votre nouveau patron sera le client !
- ✓ **capacité à gérer son temps** : ce sont en réalité vos clients, vos fournisseurs et vos partenaires qui détermineront vos horaires !
- ✓ **difficulté à retrouver un emploi salarié** : pensez-vous que l'on puisse créer une entreprise par défaut ?

La Maison de l'Entrepreneuriat-UFAS1

- ✓ **capacité à s'implanter où l'on veut** : pensez-vous que vous trouverez beaucoup de clients en zone rurale ? Pensez-vous que travailler à distance sera tenable à long terme ?
- ✓ **faire ce que l'on aime** : vous devrez surtout faire ce que les clients demandent !
- ✓ **désir de prouver des choses aux autres** : pensez-vous que l'on crée une entreprise uniquement pour le regard des autres ?
- ✓ **gagner plus d'argent** : n'oubliez pas que la rémunération moyenne d'un chef de TPE est souvent inférieure à celle d'un cadre à niveau d'expérience équivalent,
- ✓ **donner un sens à sa vie** : si le but est uniquement donner un sens à votre vie, engagez-vous dans une ONG ou créez une association !
- ✓ **exploiter une idée "géniale"** : c'est un piège classique (voir point suivant).

En réalité, les meilleures idées mixent certaines des motivations listées ci-dessus :

- ✓ L'idée doit être **cohérente avec la personnalité**, les valeurs, compétences, envies et contraintes du chef d'entreprise,
- ✓ L'idée doit aussi **répondre à une attente** du marché,
- ✓ L'idée doit permettre de se **démarquer des concurrents**, sans être forcément révolutionnaire.

Si vous avez une idée soi-disant géniale, dites-vous que d'autres l'ont eue avant vous, et se sont peut-être cassés les dents.

Les "failles" de marché sont rares : l'idée qu'un pan de marché à exploiter aurait pu être "oublié" par les concurrents est très souvent fautive. Si une idée n'a pas été exploitée, cela veut dire que les risques ont été jugés trop importants par les concurrents, ou que le marché n'a pas été jugé suffisamment mûre.

Cela ne veut pas dire qu'il n'y aura pas de place pour vous. Une bonne stratégie consiste plutôt à se concentrer sur une **niche**,

Si vous lancez une idée révolutionnaire, sachez que vous devrez créer vous-même votre marché : vous faire connaître mais aussi faire connaître votre innovation, éduquer vos clients, leur expliquer comment ça marche....

En conclusion, si une idée géniale vous tombe dessus, posez-vous la question de savoir pourquoi vous vous raccrochez à elle : cela ne prouve-t-il pas simplement que vous avez besoin de changement dans votre vie professionnelle ?

A PARTIR DES RESSOURCES DONT ON DISPOSE.

Cette méthode consiste à faire le point sur les **ressources (internes ou externes)** dont on dispose pour en tirer des conclusions naturelles sur l'activité qui pourrait être exercée : savoir-faire, compétences, connaissances, facilités, atouts, réseau, contacts, matériel (outillage, local à disposition), argent personnel et argent mobilisable dans l'entourage. Cette méthode très rationnelle est efficace.

A PARTIR DES TENDANCES DU MARCHE.

Cela consiste à **écouter les tendances du marché**, par exemple en lisant la presse spécialisée ou en surfant sur internet. Le but est de se renseigner sur la capacité d'une mode à durer, sur son **cycle de vie**.

L'idéal est d'intervenir dans la **phase de croissance forte d'une tendance**, au moment où la pression concurrentielle est la plus faible du fait du développement rapide des ventes.

A PARTIR DU TERRAIN.

Cette méthode consiste à **observer le terrain de manière quasi-scientifique**, pour relever ce qui marche et ce qui ne marche pas dans un secteur d'activité donné. L'étude peut porter sur des entreprises déjà installées, sur leur offre, leur chiffre d'affaires...

Il faudra aussi observer le comportement des clients et leur poser des questions, par exemple par un **questionnaire**. Cela implique d'entrer dans l'action, d'aller sur le terrain sans attendre.

A PARTIR DE SON REVE ET SE DONNER LES MOYENS D'Y PARVENIR.

C'est une méthode risquée, nous l'avons vu plus haut. En démarrant trop passionné, le créateur part aveuglé et a du mal à descendre de son nuage. Une idée géniale peut se révéler être un lourd échec commercial.

Mais c'est une méthode qui peut être efficace si le créateur **se donne les moyens d'accéder à la réalité**, de redescendre sur terre. Ici, on part du principe que toute idée peut être viable, pour peu que le modèle économique et organisationnel soit adapté.

IMPLANTER UNE IDEE VENUE D'UN AUTRE PAYS OU D'UN AUTRE SECTEUR DE L'ECONOMIE.

Il s'agit de s'appropriier ce qui marche ailleurs pour le faire marcher ici. Mais attention aux différences culturelles...