



MODULE n°17 : Evaluer et faire évoluer son autoentreprise

Objectifs :

- Diagnostiquer la situation de l'autoentreprise et poser les axes de son développement
- Comprendre pourquoi et comment anticiper la sortie du régime autoentreprise.

Comment: 1 jours = Présentiel pour un Total de 07h00. Ou en ½ journées de 3.5 heures chacune.

Se rajoute de manière gratuite, et à la demande exclusive du bénéficiaire, de l'apport par Internet sous forme de FOAD gratuite, aide au choix et à l'accès à des MOOCS gratuits, échanges par internet, mails...

Suivi en présentiel possible à la demande.

Tous les cours sont donnés en format papier à la fin de chaque journée de formation ou à la fin de chaque module, au choix du bénéficiaire.

Combien: individuel jusqu'à Groupe de 3 personnes maximum.

Qui : Selon les étapes, présence d'un ou deux formateurs : un juriste créateur d'entreprise, formateur compta/administratif et sur le Social qui est actuellement accompagnant d'autoentrepreneur sur ces questions.

Pré requis: avoir de préférence en acquis l'équivalence fondamentaux droits, fondamentaux comptabilité et informatique.

Déroulé sur le module abordé :

- Le vocabulaire ; Le diagnostic/ le recueil des participants ; La formation sur les besoins des apprenants ; La mise en situation.

SOMMAIRE Global :

17.1 Diagnostiquer la situation de l'autoentreprise et poser les axes de son développement 2-4

17.2 Comprendre pourquoi et comment anticiper la sortie du régime autoentreprise 5-8

17.1 Diagnostiquer la situation de l'autoentreprise et poser les axes de son développement.

– Autodiagnostic de l'entreprise aujourd'hui :

• Produits et Clients

- ✓ Analyser les Produits : Etude de la gamme de Produits

Le ou les produits leader

Ceux qui assurent la plus grande partie du CA

Estimation de la durée de vie du produit leader

Innover sur des produits d'avenir, les tester

➤ Etudier :

→ les produits d'appel

→ les produits de Prestige

Tactiques

➤ Protéger ses produits et modèles par le Brevet et la Lettre Solo.

- ✓ Analyse de l'opportunité d'alléger ou d'élargir la gamme de produits ou services.

Identification de la clientèle des produits leader

(âge, sexe, position sociale).

➤ Chiffrer les clients acquis

➤ Acquérir de nouveaux clients

➤ Innover dans sa proposition pour mieux être à la rencontre des attentes (Testing – Commencez petit)

- Développer, étudier, explorer les profils et comportement d'achat

- identifier les consommateurs les plus profitables et quels sont leurs profils ?

- identifier les prospects motivés avant les concurrents

- découvrir un ou des segments de consommateurs non ciblés

- Anticiper un segment de clients nouveaux qui va s'installer (exemple local)

Un restaurateur a de nouveaux clients de par la proximité d'un chantier de construction d'un collectif.

1/ il a négocié avec les entreprises les repas, prix à emporter au bénéfice des ouvriers le midi

2/ le bâtiment en construction est un centre intergénérationnel. Le restaurateur anticipe et se fait connaître auprès des futurs « acteurs occupants » de ce centre (le laboratoire du restaurant est à 50 mètres etc.)

• La concurrence

La connaître parfaitement (dans sa zone de chalandise)

Anticiper l'installation d'un concurrent proche

Ex. sur l'île de la Réunion : A 20 mètres d'un centre d'achat pour professionnels

C'est un genre de Métro pour professionnels), s'installe le plus grand hyper marché de l'île enseigne Leclerc.

Il est évident que cela va avoir un impact conséquent pour le centre pro. Le dirigeant doit réagir et faire des simulations. Il est par exemple possible que de toutes les simulations le résultat soit de ... Partir.

• Les Fournisseurs

Etablir des relations Privilégiées

Le bon produit service

Cas pratique : arrêter de se fournir chez un fournisseur « global » et se débrouiller avec d'autres – Le fournisseur va téléphoner pour comprendre et revendre mais sous conditions.

• Financier

Mes prix sont adaptés

Déterminer le Prix psychologique.

• Communication

Mon image de marque ?

Suis-je assez connu

« Exister c'est communiquer

- **« Je vends donc je suis »**

– Analyse des leviers pour développer durablement le CA :

• **Constats** : par rapport à mon business plan

- quelles sont les situations ?
- Quels sont les leviers sur lesquels s'appuyer ?
- Ceux que j'ai négligés

Mon BP était trop optimiste ?

Le Bp à vocation à être un des outils de pilotage de N1 à N3.

Développer durablement le CA c'est vendre plus et mieux.

-s'attacher au suivi de sa clientèle qui représente le plus de chiffre

-s'attacher aux produits qui dégagent le plus de marge.

- déterminer le profil type d'acheteur

- publicité ciblée

La fidélisation

Les réseaux .

Détermination des objectifs de développement

- Les dangers de l'inaction
- L'impact sur l'entreprise de nouveaux modèles économiques : l'uberisation de la société
- Le résultat du Diagnostic
- Le déséquilibre – situation réelle- situation envisagée
→ détermination d'objectifs à atteindre.
Le danger des objectifs irréalisables
Le management toxique de la culture du résultat à tout prix ;

Maîtrise des données clés de pilotage du développement (marge, prix de revient, seuil de rentabilité, trésorerie, ...)

- marge : les produits qui margent

Prix de revient : maîtrise impérative

Seuil de rentabilité : maîtrise parfaite des charges

Trésorerie : le funambule sans filets !

Le prix de risque raisonnable

L'entrepreneur qui réussit est très souvent une personne qui a pris des risques.

Identification des moyens pour augmenter l'efficacité commerciale et la communication de l'entreprise

L'efficacité Co : le ratio résultats / moyens – efficacité

Etre à la pointe technique de vente

Vendeur stressé par culture du résultat devient médiocre ; accompagner sur le terrain, développer la curiosité chez le client, le rire, s'adapter

Identifier les moyens pour augmenter la com. Entreprise (externe) essentielle au développement.

Lister / travailler sur supports avec bénéficiaires et parler des dangers non maîtrisés

« ça peut aller très vite pour se faire connaître et encore plus vite pour se faire descendre ! ».

- Analyse des raisons qui plaident pour un changement de régime

Diverses et variées.

Entreprise = phase d'introduction / de naissance / de maturité en principe.

Intérêts ou non à changer de régime pour des raisons diverses : sécurité juridique, dépassements de seuils, optimisation, niches fiscales... Raisons d'opportunité (Sous le conseil de l'expert comptable).

- Identification du changement de régime sur le plan personnel (organisation des temps de travail, nature des tâches, posture de l'entrepreneur, existence de nouveau partenaire, nouvelles responsabilités, ...)

Une organisation des temps de travail

Analyse de l'emploi du temps

Tenir 1 journal de bord et analyser ces informations et trouver les causes d'une mauvaise gestion du temps

- Les principales priorités
- Apprendre à déléguer
- Mettre fin aux réunions inutiles
- Des directives claires
- Mieux gérer son temps pour en gagner.

Posture de l'entrepreneur

- La simplicité – empathie- écoute accompagnant mais sachant déléguer.
- Existence de nouveaux partenaires
- Bien se connaître pour être efficace
- Nouvelles responsabilités.

17.2 Comprendre pourquoi et comment anticiper la sortie du régime autoentreprise.

A – Fonctionnement du réel, incidence d'un régime fiscal sur la croissance et l'évolution d'une entreprise

- La sortie du régime par la cessation d'activité
- Pour la phase d'introduction et de croissance
- Régime autoentreprise adapté
- Développement
- Pourquoi et comment anticiper la sortie de ce régime. **(Malgré loi Macron ...)**
- Protection de la Personnalité Morale
- Etc
- L'erreur manifeste de gestion

Toutes les situations sont étudiées et analysées.

- - **Mesure des différences entre les régimes micro et réel en terme de calcul de résultat, de cotisations à la SSI, de protection sociale, de prises en compte des charges, des marges, ...**

- **Maitrise des mécanismes de la TVA, des déclarations et de l'impact sur le prix et sur les marges**
- **Mesure de l'implication du changement de régime sur le plan commercial**
- **Établissement et analyse d'un prévisionnel au régime du « réel »**
- **Evaluation de la faisabilité au réel avec un prévisionnel financier**
- **Calendrier du changement de régime : en cours d'année ou d'une année sur l'autre**
- **Organisation des démarches administratives : courriers aux impôts, à la SSI, formalités au CFE, recherche d'un comptable, ...**

L'intérêt d'intégrer le régime général salarié
Gérant égalitaire / minoritaire
Anticipat° du dépassement de certains seuils
Bénéfices
Abattement
Régimes réels
Les activités BIC
Les BNC Déclarat° contrôlée
Cumul retraites
Prise de dividende
Impôts de l'entreprises
Dépassement des plafonds
