

AGGLO SAUMUR

Les premières pages d'un projet d'activité

Dix étapes pour transformer une idée en dossier testable

Les Guides Agglo Saumur

AGGLO SAUMUR

Les premières pages d'un projet d'activité

Dix étapes pour transformer une idée en dossier testable

Les Guides Agglo Saumur

SOMMAIRE

Dans ce guide

- 01 Décrire l'offre en une phrase
- 02 Décrire le client sans lui inventer un besoin
- 03 Délimiter le marché accessible
- 04 Tester l'offre à petite échelle
- 05 Choisir un lieu adapté à l'activité
- 06 Construire le prix à partir des coûts
- 07 Préparer la trésorerie du démarrage
- 08 Vérifier règles et formalités
- 09 Rencontrer les bons interlocuteurs
- 10 Décider du prochain engagement

INTRODUCTION

Ce carnet accompagne les premières décisions d'un projet d'activité dans le Saumurois. Il ne promet ni demande commerciale ni financement. Les fiches servent à distinguer faits, hypothèses et démarches à vérifier avant de s'engager.

CHAPITRE 01

Décrire l'offre en une phrase

Écrivez ce que vous proposez, à qui et dans quelle situation. Une phrase comprise par un client potentiel vaut mieux qu'une liste de compétences ou de valeurs générales. Décrivez le résultat concret attendu, sans garantir ce que vous ne maîtrisez pas. Si l'offre comporte plusieurs activités, choisissez celle que vous voulez tester en premier et gardez les autres comme possibilités futures.

Faites lire cette phrase à trois personnes qui ne connaissent pas le projet. Demandez ce qu'elles pensent pouvoir acheter et ce qui reste flou. Leurs compliments ne démontrent pas la demande, mais leurs incompréhensions montrent où préciser l'offre. Réécrivez sans employer de termes de métier lorsqu'un mot courant suffit.

FICHE PRATIQUE

Phrase d'offre

Écrivez ce que vous proposez, à qui et dans quelle situation. Une phrase comprise par un client potentiel vaut mieux qu'une liste de compétences ou de valeurs générales. Notez ce que vous savez personnellement, puis ce qui vient d'un document ou d'un professionnel. Laissez une question ouverte quand la réponse n'est pas encore vérifiée ; inscrivez la personne à relancer et la date utile.

1. Quel problème précis est résolu ?

2. Pour quelle personne ?

3. Quel mot doit être clarifié ?

NOTES ET POINTS À CONFIRMER

Décrire le client sans lui inventer un besoin

Un client cible n'est pas seulement un âge ou une profession. Décrivez la situation qui déclenche l'achat : urgence, changement de vie, tâche répétée ou recherche d'une expérience. Notez comment la personne règle le problème aujourd'hui. Une offre nouvelle devra être meilleure sur un point qui compte réellement pour elle, pas seulement différente dans votre présentation.

Interrogez des personnes concernées sans leur demander de valider l'idée par politesse. Demandez des exemples de décisions récentes, de dépenses et d'obstacles. Évitez de collecter des informations personnelles inutiles. Après plusieurs échanges, cherchez les motifs qui reviennent et les contre-exemples. Une clientèle imaginée doit devenir une hypothèse à éprouver.

FICHE PRATIQUE

Situation d'achat

Un client cible n'est pas seulement un âge ou une profession. Décrivez la situation qui déclenche l'achat : urgence, changement de vie, tâche répétée ou recherche d'une expérience. Remplissez les colonnes sur un même périmètre et datez les informations utilisées. Si une option repose sur une supposition, écrivez-la comme telle et cherchez la pièce ou l'interlocuteur qui permettra de la comparer honnêtement.

1. Quand le besoin apparaît-il ?

2. Quelle solution utilise-t-on aujourd'hui ?

3. Quel comportement a été observé ?

GRILLE DE DÉCISION

Critère	Option A	Option B
Déclencheur		
Solution actuelle		
Obstacle		

Délimiter le marché accessible

Saumur et les communes proches ne forment pas automatiquement une même zone de clientèle. Pour un service à domicile, le temps de trajet et les frais comptent ; pour une boutique, les habitudes de déplacement et la visibilité du lieu comptent davantage. Tracez une zone réaliste selon le mode de vente envisagé et les horaires auxquels les clients peuvent venir.

Repérez les offres concurrentes et complémentaires sans conclure trop vite. Beaucoup de concurrents peuvent signaler une demande active ou un marché difficile à pénétrer. Aucun concurrent peut signaler une occasion ou l'absence de demande. Observez les pratiques, les prix publiés et les besoins que les clients expriment encore. Notez la date de vos observations.

FICHE PRATIQUE

Zone de clientèle

Saumur et les communes proches ne forment pas automatiquement une même zone de clientèle. Pour un service à domicile, le temps de trajet et les frais comptent ; pour une boutique, les habitudes de déplacement et la visibilité du lieu comptent davantage. Remplissez les colonnes sur un même périmètre et datez les informations utilisées. Si une option repose sur une supposition, écrivez-la comme telle et cherchez la pièce ou l'interlocuteur qui permettra de la comparer honnêtement.

1. Quel trajet un client accepterait-il ?

2. Quelles alternatives existent ?

3. Qu'est-ce qui manque dans vos données ?

GRILLE DE COMPARAISON

Critère	Option A	Option B
Zone		
Demande observée		
Offres présentes		

Tester l'offre à petite échelle

Choisissez un test conforme à l'activité : prototype présenté, petite série, prestation limitée ou entretien de découverte. Définissez d'avance la question à laquelle le test doit répondre. Un événement fréquenté n'est pas forcément représentatif d'une semaine ordinaire. Mesurez les achats, les demandes de devis, les refus et le temps passé à produire le résultat.

Après le test, distinguez intérêt poli et engagement réel. Une personne peut aimer l'idée sans payer le prix nécessaire à votre activité. Demandez ce qui bloque : délai, usage, budget ou confiance. Recommencez dans un autre contexte si le premier test s'est déroulé auprès de proches. Le but n'est pas de réussir une démonstration, mais d'améliorer une décision.

FICHE PRATIQUE

Test observable

Choisissez un test conforme à l'activité : prototype présenté, petite série, prestation limitée ou entretien de découverte. Définissez d'avance la question à laquelle le test doit répondre. Cochez seulement les points réellement accomplis. Pour chaque case non cochée, précisez la vérification ou le document manquant. N'assimilez pas une déclaration orale à une confirmation écrite lorsque la décision en dépend.

1. Quelle hypothèse testez-vous ?

2. Qu'a fait le client, au-delà de son avis ?

3. Quel changement ferez-vous après le test ?

POINTS À COCHER

- ☐ Hypothèse écrite
- ☐ Conditions de test notées
- ☐ Achats et refus comptés
- ☐ Temps de production mesuré

NOTES ET POINTS À CONFIRMER

Choisir un lieu adapté à l'activité

Un local visible peut aider une boutique, mais coûter inutilement à un service sur rendez-vous. Une activité mobile réduit parfois le loyer mais augmente déplacements et logistique. Comparez plusieurs implantations à partir des clients, fournisseurs, salariés et règles applicables. Ne choisissez pas une adresse parce qu'elle est disponible avant d'avoir défini ce qu'elle doit permettre.

Avant une signature, vérifiez que l'activité précise est possible dans le lieu et dans le bail proposé. Demandez les conditions d'aménagement, d'accueil du public et d'enseigne lorsque cela s'applique. Une promesse de transformation future ne doit pas être traitée comme une autorisation. Faites examiner les travaux et les clauses par les interlocuteurs compétents.

FICHE PRATIQUE

Décision de lieu

Un local visible peut aider une boutique, mais coûter inutilement à un service sur rendez-vous. Une activité mobile réduit parfois le loyer mais augmente déplacements et logistique. Remplissez les colonnes sur un même périmètre et datez les informations utilisées. Si une option repose sur une supposition, écrivez-la comme telle et cherchez la pièce ou l'interlocuteur qui permettra de la comparer honnêtement.

1. Quel usage du local est indispensable ?

2. Quel coût n'apparaît pas dans le loyer ?

3. Quelle autorisation reste à vérifier ?

GRILLE DE COMPARAISON

Critère	Option A	Option B
Visibilité		
Logistique		
Règles		

Construire le prix à partir des coûts

Listez les coûts variables d'une vente, puis les charges qui restent même sans client : assurance, outils, local, déplacements, gestion et rémunération. Mesurez le temps réel de fabrication ou de prestation. Un prix qui couvre les matières mais pas votre travail ne rend pas l'activité viable. Comparez les offres du marché sans copier un prix dont vous ignorez les coûts.

Préparez plusieurs scénarios de volume. Si les ventes sont plus lentes au départ, combien de mois la trésorerie tient-elle ? Notez les hypothèses plutôt qu'un chiffre final présenté comme certain. Une remise commerciale peut attirer un premier client, mais elle doit être financée et limitée. Votre premier prix peut évoluer avec les observations, sans devenir une promesse de résultat.

FICHE PRATIQUE

Coût par vente

Listez les coûts variables d'une vente, puis les charges qui restent même sans client : assurance, outils, local, déplacements, gestion et rémunération. Mesurez le temps réel de fabrication ou de prestation. Remplissez les colonnes sur un même périmètre et datez les informations utilisées. Si une option repose sur une supposition, écrivez-la comme telle et cherchez la pièce ou l'interlocuteur qui permettra de la comparer honnêtement.

1. Quel coût varie avec chaque vente ?

2. Quelles charges restent chaque mois ?

3. Quelle rémunération est nécessaire ?

GRILLE DE DÉCISION

Critère	Option A	Option B
Coût direct		
Temps		
Marge		

Préparer la trésorerie du démarrage

Les dépenses d'installation arrivent souvent avant les encaissements. Écrivez un calendrier mensuel : dépôt éventuel, matériel, stock, assurance, communication, puis charges courantes. Ajoutez le délai entre une prestation réalisée et son paiement. Une activité peut sembler rentable sur une année tout en manquant de liquidités au troisième mois.

Prévoyez un scénario prudent qui ne compte pas une aide ou un prêt avant accord. Séparez les dépenses incontournables des dépenses différables. Indiquez le montant que vous pouvez engager sans mettre le foyer en difficulté. Faites examiner ce tableau lorsque des emprunts, salariés ou engagements longs sont envisagés. La fiche sert à voir un risque tôt, non à rassurer artificiellement.

FICHE PRATIQUE

Calendrier de trésorerie

Les dépenses d'installation arrivent souvent avant les encaissements. Écrivez un calendrier mensuel : dépôt éventuel, matériel, stock, assurance, communication, puis charges courantes. Ajoutez le délai entre une prestation réalisée et son paiement. Remplissez les colonnes sur un même périmètre et datez les informations utilisées. Si une option repose sur une supposition, écrivez-la comme telle et cherchez la pièce ou l'interlocuteur qui permettra de la comparer honnêtement.

1. Quelle dépense arrive avant les ventes ?

2. Quand les clients paieront-ils ?

3. Quelle réserve couvre un retard ?

GRILLE DE COMPARAISON

Critère	Option A	Option B
Mois 1		
Mois 2		
Mois 3		

Vérifier règles et formalités

Selon l'activité, des qualifications, autorisations, règles de sécurité ou obligations d'information peuvent s'appliquer. Décrivez exactement ce que vous vendrez et comment vous recevrez le public avant de chercher la règle. Le portail Entreprendre Service-Public et les chambres compétentes donnent des points de départ, mais votre situation et votre adresse doivent être examinées.

Le choix de la forme juridique a des effets sur responsabilité, fiscalité et protection sociale. Ne l'arrêtez pas sur un conseil générique. Rassemblez chiffre d'affaires envisagé, associés, investissements et besoins de rémunération pour comparer les options avec un interlocuteur compétent. Une formalité d'immatriculation accomplie ne valide pas à elle seule toutes les conditions d'exercice.

FICHE PRATIQUE

Vérifications réglementaires

Selon l'activité, des qualifications, autorisations, règles de sécurité ou obligations d'information peuvent s'appliquer. Décrivez exactement ce que vous vendrez et comment vous recevrez le public avant de chercher la règle. Cochez seulement les points réellement accomplis. Pour chaque case non cochée, précisez la vérification ou le document manquant. N'assimilez pas une déclaration orale à une confirmation écrite lorsque la décision en dépend.

1. Quelle activité précise est déclarée ?

2. Quelle règle dépend du lieu ?

3. Qui peut confirmer votre cas ?

POINTS À COCHER

- ☐ Activité définie
- ☐ Lieu vérifié
- ☐ Statut comparé
- ☐ Autorisations listées

NOTES ET POINTS À CONFIRMER

Rencontrer les bons interlocuteurs

Un service économique local, une chambre consulaire, un comptable, un financeur et la mairie n'ont pas le même rôle. Préparez un dossier de deux pages : offre, clients, zone, budget et trois incertitudes. Pour chaque rendez-vous, formulez une question relevant de la compétence de l'interlocuteur. Vous obtiendrez une réponse plus utile qu'une demande générale de « valider le projet ».

Après l'échange, notez ce qui a été confirmé, ce qui relève d'une piste et ce qui attend un document. Une conversation n'est pas un accord de financement ni une autorisation d'urbanisme. Le service économique de Saumur Val de Loire présente des ressources territoriales ; vérifiez les modalités actuelles et complétez par les autres acteurs nécessaires à votre activité.

FICHE PRATIQUE

Carnet des échanges

Un service économique local, une chambre consulaire, un comptable, un financeur et la mairie n'ont pas le même rôle. Préparez un dossier de deux pages : offre, clients, zone, budget et trois incertitudes. Notez ce que vous savez personnellement, puis ce qui vient d'un document ou d'un professionnel. Laissez une question ouverte quand la réponse n'est pas encore vérifiée ; inscrivez la personne à relancer et la date utile.

1. À qui poser la question ?

2. Quelle réponse est confirmée ?

3. Quelle suite et quelle date ?

NOTES ET POINTS À CONFIRMER

Décider du prochain engagement

Avant de signer un bail ou de commander du matériel coûteux, relisez les hypothèses de départ. Avez-vous observé une demande hors de votre cercle proche ? Le prix couvre-t-il temps et charges ? Le lieu permet-il l'activité envisagée ? Si une réponse manque, écrivez la vérification qui pourrait modifier la décision. Reporter un engagement peut être un choix actif, non un renoncement.

Préparez trois issues : lancer à l'échelle prévue, réduire le périmètre pour apprendre davantage ou arrêter une piste qui ne tient pas. Pour chacune, notez son coût et sa condition de réexamen. Le dossier sert à rendre l'incertitude visible et à protéger la trésorerie. Il ne peut pas garantir la réussite d'une entreprise.

FICHE PRATIQUE

Décision d'étape

Avant de signer un bail ou de commander du matériel coûteux, relisez les hypothèses de départ. Avez-vous observé une demande hors de votre cercle proche ? Remplissez les colonnes sur un même périmètre et datez les informations utilisées. Si une option repose sur une supposition, écrivez-la comme telle et cherchez la pièce ou l'interlocuteur qui permettra de la comparer honnêtement.

1. Quel fait soutient le lancement ?

2. Quelle inconnue le bloque ?

3. Quel engagement peut être différé ?

GRILLE DE DÉCISION

Critère	Option A	Option B
Lancer		
Tester encore		
Arrêter		

POUR CONTINUER

Ressources à consulter à la date du projet : Entreprendre Service-Public pour les formalités et règles d'activité ; service économique de Saumur Val de Loire pour les dispositifs locaux. Les chiffres du carnet sont vos propres hypothèses à vérifier. Le guide ne remplace pas un conseil comptable ou juridique individualisé.

NOTES PERSONNELLES
