

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR

 *Gérer efficacement
mon entreprise*

VOLET **VENTE**

PARCOURS DU CANDIDAT

entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER
01

LA PROSPECTION ET LA VENTE

Produit par

 **Entrepreneuriat
Québec**

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. UNE RÉFLEXION	2
2.1. Une réflexion sur le marché	2
> 2.1.1. L'évaluation de l'offre et de la demande de votre marché	2
> 2.1.2. Le marché global et son potentiel	2
> 2.1.3. L'introspection : révision du modèle d'affaires	3
2.2. Le grand ménage	6
2.3. Les façons de développer les affaires	7
2.4. Les objectifs commerciaux	7
> 2.4.1. L'importance de travailler sur une bonne mise en marché	9
3. LE PROCESSUS GLOBAL DE LA VENTE	10
3.1. La présentation générale du processus commercial	11
> 3.1.1. Définir les 3 niveaux de la notion du besoin dans un processus d'achat	11
> 3.1.2. Définir les étapes du processus de vente et du processus d'achat	13
> 3.1.3. Bâtir votre plan commercial	14
3.2. La préparation de sa vente	15
> 3.2.1. L'attrait des avantages	15
> 3.2.2. Le bénéfice : la clé	15
3.3. L'approche client	17
> 3.3.1. S'entraîner pour bien prospecter	17
> 3.3.2. Prospecter avec dynamisme et concision	17
> 3.3.3. S'adapter aux besoins de chaque client	17
3.4. Le rendez-vous	18
> 3.4.1. Le processus de vente	20
3.5. Co-construire une solution	31
3.6. La vente persuasive	32
3.7. La négociation	33
3.8. Fidéliser son client : entretenir la relation commerciale	35
3.9. Les particularités des grands comptes	37
4. LA PROSPECTION - LE PROCESSUS	38
4.1. Le processus de la prospection	38
5. ATELIER PRATIQUE SUR LA VENTE ET SON PROCESSUS	39
6. LES OUTILS POUR LA PROSPECTION ET LA VENTE	40
6.1. L'art de la vente : la préparation	40
6.2. L'art de la vente : la liste de clients potentiels	41
6.3. L'art de la vente : la prospection et la sollicitation	42
> 6.3.1. Les sites web	43
6.4. L'art de la vente : la rencontre	43
6.5. L'art de la vente : le diagnostic	44
6.6. L'art de la vente : les obstacles	45
6.7. L'art de la vente : la clôture	45
6.8. L'art de la vente : la récurrence	45
6.9. Les clés de la vente	46
6.10. Exemples de lettres	47
6.11. Sondage auprès de la clientèle actuelle	51
7. EXERCICES FINAUX	52
7.1. Le discours ascenseur	52
7.2. Le « storytelling »	53
7.3. Mettez-vous au défi	54
8. RÉFÉRENCES	58

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2016.

Il est interdit de reproduire, de résumer, de modifier, d'altérer ou de rediffuser, sans autorisation préalable d'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

Pour assurer la pérennité et le succès de son entreprise, tout entrepreneur doit absolument vendre ses produits et/ou ses services à une clientèle. De façon générale, bien des gens pensent que vendre ne s'apprend pas. « Tu l'as ou tu ne l'as pas », disent-ils. Cependant, comme plusieurs autres compétences nécessaires en affaires, la vente est une habileté qui s'apprend et qui se développe graduellement, et ce, même si certaines personnes semblent naturellement plus à l'aise dans ce domaine.

Pour maximiser les réussites en matière de vente, il est plus qu'important de se doter d'un processus structuré, respectueux de la clientèle et constitué d'une série d'étapes logiques. Il ne faut pas perdre de vue que dans la vente, l'un des objectifs est de convertir un prospect en un client puis de le fidéliser à votre marque afin qu'il devienne à son tour un ambassadeur de votre entreprise. Un processus global de la vente est donc un plan de base qui ne fait tout de même pas fit des techniques de communication interpersonnelle appropriées.

À travers cet atelier, vous découvrirez comment en tant qu'entrepreneur vous pouvez développer votre habileté à vendre, à cibler de nouveaux clients, à déceler les besoins de votre clientèle, à échanger avec elle et à s'adapter à ses comportements, à lui expliquer de façon convaincante vos solutions, à répondre à ses interrogations, à fermer une vente et enfin, à établir une relation durable avec elle.

À PROPOS DE CET ATELIER...

But :

- > Comprendre le processus global de la vente, incluant l'importance de la prospection, pour assurer la pérennité de votre entreprise.

Objectifs :

- > Réfléchir stratégiquement sur le marché de votre entreprise;
- > Comprendre l'importance du processus global de la vente et en saisir les nuances pour l'appliquer à votre entreprise.

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR

 *Gérer efficacement
mon entreprise*

VOLET **VENTE**

PARCOURS DU CANDIDAT
entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER
02

L'EXPÉRIENCE CLIENT

Produit par  **Entrepreneuriat
Québec**

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. LA DÉFINITION DU SERVICE À LA CLIENTÈLE.....	2
3. LE CONTEXTE, LA DÉFINITION, L'OBJECTIF ET L'ÉVOLUTION.....	2
4. LA MATRICE FONCTIONNELLE DE L'EXPÉRIENCE CLIENT.....	6
4.1. Les 3 niveaux d'expériences vécues par la clientèle.....	6
4.2. La matrice de l'expérience client.....	7
5. L'ORIENTATION CLIENT.....	14
6. LE CONTACT CLIENT	15
7. L'EFFET « WOW! »	16
8. LES ATTENTES DE VOS CLIENTS	18
8.1. L'importance de déterminer les attentes de vos clients	18
9. LES CLIENTS DIFFICILES	20
9.1. Les profils de clients difficiles.....	20
9.2. Les étapes pour traiter les clients difficiles	22
10. DES TRUCS RAPIDES.....	25
10.1. La méthode des feux de circulation.....	26
11. RÉFÉRENCES	27

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2016.

Il est interdit de reproduire, de résumer, de modifier, d'altérer ou de rediffuser, sans autorisation préalable d'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

Vendre simplement et sans contexte un produit ou un service à un client est une chose, mais faire vivre une expérience à celui-ci avant, pendant et après son achat est toute autre! C'est d'ailleurs ce qu'on appelle *l'expérience client*. En effet, l'expérience client représente l'ensemble des émotions et des sentiments qui sont vécus par un client dans toutes les étapes de son achat.

Aujourd'hui, il faut considérer l'expérience client comme une source importante d'influence de la satisfaction et de la fidélisation de la clientèle. Pourquoi? Parce qu'une bonne expérience client engendrera de la recommandation directe comme du bouche-à-oreille, des avis et des commentaires positifs pour votre entreprise sur votre web et vos réseaux sociaux, etc., et c'est ce que vous souhaitez pour votre entreprise, car cela se traduira par une augmentation de vos ventes!

À PROPOS DE CET ATELIER...

But :

- > Faire réaliser l'importance d'une bonne expérience client pour fidéliser la clientèle d'une entreprise et ainsi augmenter ses ventes.

Objectifs :

- > Revoir le service à la clientèle avec le concept de l'expérience client;
- > Découvrir des techniques et des méthodes efficaces pour gérer les clients difficiles;
- > Se doter d'outils pour favoriser une bonne expérience client.

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR

 *Gérer efficacement
mon entreprise*

VOLET **MARKETING**

PARCOURS DU CANDIDAT
entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER
01

**CONSTRUIRE MON OFFRE DE
SERVICES**

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. LE MODÈLE D'AFFAIRES	2
2.1. Les 9 blocs du modèle d'affaires	2
2.2. Les multiples utilisations du modèle d'affaires	3
3. MA PREMIÈRE RÉFLEXION	4
4. COMMENT SAISIR LES OPPORTUNITÉS	5
5. LE CANEVAS DE PROPOSITION DE VALEUR	6
5.1. Les activités de votre clientèle	7
5.2. Les inconvénients (irritants)	7
5.3. Les avantages (bénéfices)	8
5.4. Les produits et/ou les services	10
5.5. Les solutions aux inconvénients	11
5.6. Les avantages créés	12
6. MA DEUXIÈME RÉFLEXION	13
7. LA PRÉSENTATION DE LA PROPOSITION DE VALEUR	14
7.1. Exemple - Proposition de valeur	15
8. UN OUTIL POUR LA CRÉATION DE SONDAGES ÉLECTRONIQUES	17
8.1. Exemple - Sondage	18
9. POURQUOI MA PUBLICITÉ NE VEND PAS	20
10. LES CARACTÉRISTIQUES D'UNE PUBLICITÉ EFFICACE	22
10.1. Les caractéristiques relatives à l'image ou au visuel	22
10.2. Les caractéristiques relatives au titre	22
10.3. Les caractéristiques relatives au texte	23
10.4. Les caractéristiques générales de la publicité.....	23
11. CONSTRUIRE MON OFFRE DE SERVICE	24

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2015. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2015. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2015.

Il est interdit de reproduire, de résumer, de modifier, d'altérer ou de rediffuser, sans autorisation préalable d'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

Qu'avez-vous à offrir à vos clients? Pourquoi vont-ils chez vous? Qu'est-ce qui vous différencie de vos concurrents? Est-ce qu'on retrouve vos produits et/ou vos services chez d'autres marchands ou entreprises?

Vous vous souvenez assurément, lorsque vous avez démarré votre entreprise, de ces questions qu'il fallait vous poser et pour lesquelles vous deviez parfois réfléchir très longtemps avant d'obtenir des réponses.

Ces questions étaient essentielles pour définir l'offre de service de votre entreprise. Votre offre de service est aussi la proposition de valeur que votre entreprise peut offrir à sa clientèle.

On peut désormais définir plus complètement ce qu'est une proposition de valeur. Une proposition de valeur c'est tout d'abord ce qui décrit la mission spécifique de l'entreprise, son activité et l'équation économique qui la rend attrayante; à savoir la façon dont elle crée de la valeur dans cette activité et la manière dont elle sait la partager entre tous les acteurs concernés, tout en générant pour elle-même un bénéfice suffisant.

Dans cette proposition se trouvent tous les éléments qui, de près ou de loin, viendront affecter la perception de votre clientèle face à votre entreprise. Lorsque l'on dit « tous les éléments », cela implique tous les départements de votre entreprise, et ce, que ce soit l'accueil direct aux clients, le traitement des commandes, la méthode de prestation de services, les heures d'ouverture, le choix des fournisseurs, etc. Lorsqu'une entreprise se penche sérieusement sur sa proposition de valeur et qu'elle en évalue les résultats comme vous aurez à le faire dans cet atelier, cela apportera indéniablement des ajustements, voire même des changements majeurs à votre organisation. Ce diagnostic vous sera d'une grande utilité pour le futur de votre entreprise.

Pour vous permettre de mieux vous situer, nous allons revenir rapidement sur les notions de « Business Model ». En français, cet outil est connu sous l'appellation « Modèle d'affaires ». Pour certains d'entre vous, ces notions ne sont pas inconnues et pour d'autres, elles sont totalement nouvelles.

À PROPOS DE CET ATELIER...

But :

- > Comprendre les notions entourant l'offre de service de votre entreprise pour obtenir le meilleur retour sur investissement envisageable auprès de votre clientèle cible.

Objectifs :

- > Connaître le modèle d'affaires et ses multiples utilisations;
- > Maîtriser les éléments entourant la proposition de valeur de votre entreprise;
- > Comprendre les variables qui font en sorte qu'une publicité fonctionne ou ne fonctionne pas;
- > Construire votre offre de service.

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR

 *Gérer efficacement
mon entreprise*

VOLET **MARKETING**

PARCOURS DU CANDIDAT
entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER
02

**LE MARKETING ET
LA COMMERCIALISATION**

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. LA CONNAISSANCE ET LA COMPRÉHENSION DE VOTRE SITUATION ACTUELLE.....	2
3. L'ÉVALUATION DU RENDEMENT VERSUS LES STRATÉGIES APPLIQUÉES	3
4. LA PROPOSITION D'AJUSTEMENTS À COURT, À MOYEN ET À LONG TERMES	4
5. LE CHOIX DES PRIORITÉS COMMERCIALES ET MARKETING.....	5
6. LE PLAN MARKETING, LES NOUVELLES ACTIONS ET LES ACTIONS EFFICACES	6
7. LE SUIVI, LES MÉTHODES ET LES MOYENS.....	7
8. LA RÉDACTION DE MON PLAN DE COMMERCIALISATION	8
9. LE PLAN MARKETING	18
9.1. La stratégie et l'objectif global de l'entreprise.....	18
9.2. La stratégie et les objectifs spécifiques par produit et/ou par service	18
10. LA RÉDACTION D'UN TABLEAU DE BORD DE MES ACTIVITÉS MARKETING	20
10.1. L'initialisation.....	20
10.2. Les graphiques	21
11. L'IMAGE DE L'ENTREPRISE.....	22
11.1. L'image de l'entreprise.....	22
11.2. Les instruments visuels.....	22
11.3. La publicité	23
11.4. Les relations publiques	23
11.5. La promotion	24
11.6. Quelques questions et réflexions à se poser avant de décider où et comment investir.....	24
11.7. Quelles sont les pratiques de votre secteur d'activité?.....	25

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2015. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2015. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2015.

Il est interdit de reproduire, de résumer, de modifier, d'altérer ou de rediffuser, sans autorisation préalable d'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

Pour commencer, il est important de définir la notion de marketing. Le marketing ne se limite pas seulement à créer un logo, à élaborer une brochure ou à investir dans de la publicité. En fait, le marketing comprend toute la gestion de la relation entre le client et votre entreprise. Le marketing stratégique, quant à lui, englobe toute la réflexion derrière le plan d'action mettant en place des outils concrets en marketing.

Il est donc essentiel, avant de dépenser des budgets faramineux en publicité ou de se lancer sur le téléphone pour contacter de nouveaux clients, de suivre une démarche structurée portant sur les besoins de votre entreprise en matière de marketing.

Pour vous aider dans votre analyse, voici la démarche en 6 étapes que vous allez effectuer grâce à cet atelier :

- > La connaissance et la compréhension de votre situation actuelle;
- > L'évaluation du rendement versus les stratégies appliquées;
- > La proposition d'ajustements à court, à moyen et à long termes;
- > Le choix des priorités commerciales et marketing;
- > Le plan marketing, les nouvelles actions et les actions efficaces;
- > Le suivi, les méthodes et les moyens.

À PROPOS DE CET ATELIER...

But :

- > Connaître et comprendre votre situation actuelle en tant qu'entreprise en matière de commercialisation et de marketing pour vos produits et/ou vos services.

Objectifs :

- > Maîtriser votre situation actuelle pour mettre en place des stratégies de commercialisation et de marketing concrètes et efficaces qui correspondent à vos besoins et à ceux de votre clientèle;
- > Se doter d'outils et de notions pour rédiger un plan de commercialisation, un plan marketing et un tableau de bord de vos activités marketing;
- > Comprendre les éléments entourant l'image de votre entreprise et savoir comment l'améliorer pour favoriser l'accroissement graduel de vos ventes à moyen et à long termes.

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR

 *Gérer efficacement
mon entreprise*

VOLET **MARKETING**

PARCOURS DU CANDIDAT
entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER
03

LE WEB ET LES MÉDIAS SOCIAUX

Produit par  **Entrepreneuriat
Québec**

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. LE SITE WEB	2
3. VOTRE SITE WEB	3
4. LE MARKETING EN LIGNE : UN INCONTOURNABLE	9
4.1. La publicité	9
4.2. Le marketing promotionnel	11
4.3. Le marketing par courriel	11
4.4. Les techniques directes de marketing	11
4.5. Les bulletins électroniques.....	12
5. LES RÉSEAUX SOCIAUX	12
5.1. Comment utiliser Facebook pour promouvoir votre entreprise.....	13
5.2. Comment débiter sur Facebook	14
5.3. Comment utiliser Google pour promouvoir votre entreprise.....	21
5.4. Comment débiter sur Google	21
5.5. Comment utiliser LinkedIn pour promouvoir votre entreprise	23
5.6. Comment débiter sur LinkedIn.....	23
5.7. Comment utiliser Twitter pour promouvoir votre entreprise	24
5.8. Comment débiter sur Twitter	26
5.9. Comment utiliser Pinterest pour promouvoir votre entreprise.....	27
5.10. Comment débiter sur Pinterest	28
5.11. Comment utiliser Instagram pour promouvoir votre entreprise	28
5.12. Comment débiter sur Instagram.....	29
5.13. Comment utiliser Snapchat pour promouvoir votre entreprise	30
5.14. Comment débiter sur Snapchat	30
5.15. Comment utiliser YouTube pour promouvoir votre entreprise.....	30
5.16. Comment débiter sur YouTube.....	31
5.17. Comment débiter sur les réseaux sociaux en général	31
5.18. Comment mettre en place une stratégie sur les réseaux sociaux	32
5.19. Notre recette pour débiter	37
6. LES RETOMBÉES DES MÉDIAS SOCIAUX	37
6.1. Les outils de suivi des médias sociaux.....	37
7. RÉSUMÉ DE LA LOI CANADIENNE ANTI-POURRIEL	39

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2016.

Il est interdit de reproduire, de résumer, de modifier, d'altérer ou de rediffuser, sans autorisation préalable d'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

Démarrer votre entreprise vous a certainement demandé beaucoup de temps et d'investissement. Votre plus grand désir est évidemment que maintenant, elle prospère! C'est pourquoi il est primordial que vous la propulsiez à l'aide du web et des réseaux sociaux. Aujourd'hui, la question ne se pose plus, une entreprise doit-elle être sur le web? La réponse est oui, évidemment!

Je vous entends me dire : « Mais, comment commencer et surtout, comment m'y retrouver? » Le monde du web et des réseaux sociaux évolue tellement vite que pendant que vous lisez ces notes, il y a déjà des changements qui se sont produits...

Dans le présent document, nous découvrirons les différents moyens pour être présent sur le web et par le fait même, nous évaluerons la pertinence des outils proposés et la possibilité de les utiliser. Comme pour toutes les opérations que vous effectuez au sein de votre entreprise, il est indispensable de suivre vos actions sur le web et d'en évaluer les résultats. Nous allons traiter ce sujet en deux volets, le premier portera sur les sites web et le second, sur les réseaux sociaux.

Prenez note qu'une mise à jour régulière du présent atelier est recommandée pour obtenir des résultats concrets.

À PROPOS DE CET ATELIER...

But :

- > Comprendre qu'aujourd'hui il est essentiel et incontournable pour une entreprise de mettre en place des stratégies de communication et de marketing sur le web et les réseaux sociaux pour se faire connaître, pour augmenter sa visibilité et sa notoriété, pour vendre ses produits et/ou ses services et pour entrer en contact facilement, rapidement et partout dans le monde avec ses clients.

Objectifs :

- > Saisir l'importance d'avoir un site web pour une entreprise et d'avoir une réflexion stratégique sur son arborescence et ses contenus;
- > Comprendre les divers outils en lien avec le marketing en ligne;
- > Connaître l'éventail des réseaux sociaux disponibles en ligne pour votre entreprise;
- > Être au fait des principaux éléments de la *Loi canadienne anti-pourriel*.

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR

 *Gérer efficacement
mon entreprise*

VOLET **GESTION DES
RESSOURCES HUMAINES**

PARCOURS DU CANDIDAT
entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER
01

**L'EMBAUCHE D'UN PREMIER
EMPLOYÉ**

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. CE QU'IL FAUT SAVOIR	2
2.1. La gestion prévisionnelle des ressources humaines.....	3
2.2. La détermination de l'information à recueillir	4
2.3. Les méthodes d'analyse de poste.....	6
2.4. La description de l'emploi	7
3. CE QU'IL FAUT FAIRE	9
3.1. La gestion prévisionnelle des ressources humaines.....	9
3.2. La description de poste	12

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2015. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2015. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2015.

Il est interdit de reproduire, de résumer, de modifier, d'altérer ou de rediffuser, sans autorisation préalable d'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

L'embauche d'un employé est une démarche cruciale qui découle inévitablement de la croissance de votre entreprise. La bonne personne au bon poste aura un effet positif et immédiat sur votre performance. À l'inverse, une mauvaise combinaison entre un employé et un poste sera très néfaste à votre croissance et vous causera beaucoup de soucis. C'est pourquoi dans cet atelier vous serez guidé pas à pas afin que votre expérience d'embauche et de futur patron soit positive et rentable.

Avant de commencer le processus d'embauche, il faut vous assurer que vos objectifs et vos stratégies organisationnelles sont bien définis et qu'ils s'adaptent à la situation de votre entreprise concernant la vision, la mission et les valeurs. Il vous sera beaucoup plus facile d'effectuer par la suite une analyse et une description de poste qui seront cohérentes avec votre entreprise.

Cet atelier en lien avec la gestion des ressources humaines et l'embauche d'un premier employé sera présenté en deux volets. Dans le premier volet, nous allons voir les étapes d'une bonne analyse de poste, en d'autres termes : ce qu'il faut savoir. Dans le second volet, nous allons mettre en pratique les concepts vus précédemment, soit : ce qu'il faut faire.

À PROPOS DE CET ATELIER...

But :

- > Comprendre et appliquer adéquatement les étapes nécessaires à l'embauche d'un premier employé dont les compétences et les aptitudes correspondent aux exigences du poste à pouvoir, et ce, dans la perspective d'assurer la saine croissance de votre entreprise.

Objectifs :

- > Comprendre les étapes préliminaires à l'embauche d'un premier employé ;
- > Analyser et mettre en place une description de poste qui correspond aux besoins de votre entreprise.

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR

 *Gérer efficacement
mon entreprise*

VOLET **GESTION DES
RESSOURCES HUMAINES**

PARCOURS DU CANDIDAT
entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER
02

**LE RECRUTEMENT ET
LA SÉLECTION**

Produit par  **Entrepreneuriat
Québec**

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. LE RECRUTEMENT	2
2.1. Les sources de recrutement.....	3
> 2.1.1. Le recrutement à l'interne.....	3
> 2.1.2. Le recrutement à l'externe	3
2.2. Les méthodes de recrutement	4
2.3. L'offre d'emploi.....	5
2.4. L'évaluation du recrutement	6
3. LA SÉLECTION	7
3.1. Les critères de sélection	7
3.2. Les instruments de sélection	9
> 3.2.1. Le formulaire de demande d'emploi.....	9
> 3.2.2. La vérification des références.....	12
> 3.2.3. L'entrevue de sélection	12
> 3.2.4. L'embauche	14
> 3.2.5. Le contrat d'embauche.....	14
3.3. L'accueil et l'intégration.....	16
3.4. L'évaluation.....	24

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2015. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2015. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2015.

Il est interdit de reproduire, de résumer, de modifier, d'altérer ou de rediffuser, sans autorisation préalable d'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

Lors du dernier atelier, nous avons démontré l'importance d'avoir un bon processus d'analyse de préembauche. En effet, dans cet atelier, il était mentionné de gestion prévisionnelle, d'analyse de poste et de description de poste. Le fait de bien comprendre son entreprise et ses besoins va grandement aider les étapes de dotation. Maintenant, grâce aux connaissances que vous avez acquises dans le module précédent, vous êtes rendu à l'étape de dotation qui inclut le recrutement et la sélection de nouveaux employés.

La dotation est très importante pour plusieurs raisons. D'abord, elle vise à attirer des candidats intéressants à déposer leur candidature sur un poste en particulier. Ensuite, elle sert à choisir, parmi les candidats intéressés à pourvoir un poste, celui qui convient le mieux aux besoins de l'entreprise et qui possède les connaissances et les attitudes nécessaires dans le cadre du poste. Finalement, la dotation a pour objectif que le candidat idéal que vous avez sélectionné accepte le poste que vous lui offrez.

Ainsi, cet atelier se divise en deux sections, soit le recrutement et la sélection qui vous aideront à mieux gérer l'embauche de nouveaux employés au sein de votre entreprise.

À PROPOS DE CET ATELIER...

But :

- > Comprendre et appliquer le processus visant à fournir à une organisation le personnel compétent et mobilisé dont elle a besoin à court, à moyen et à long terme, communément appelé « la dotation ».

Objectifs :

- > Maîtriser les étapes liées au recrutement de personnel, soit les sources de recrutement, les méthodes de recrutement, l'offre d'emploi et l'évaluation du recrutement ;
- > Comprendre les méthodes efficaces de sélection du personnel, soit les critères de sélection, les instruments de sélection, l'accueil et l'intégration ainsi que l'évaluation.

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR

 *Gérer efficacement
mon entreprise*

VOLET **GESTION DES
RESSOURCES HUMAINES**

PARCOURS DU CANDIDAT
entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER
03

**LA GESTION OPTIMISÉE DES
RESSOURCES HUMAINES**

Produit par  **Entrepreneuriat
Québec**

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. L'ÉVALUATION DU RENDEMENT	2
2.1. Étape 1 : le choix des critères d'évaluation	3
2.2. Étape 2 : le choix des méthodes d'évaluation	4
2.3. Étape 3 : l'évaluation : la détermination des écarts de rendement	6
2.4. Étape 4 : la rétroaction : l'application des mesures correctives	6
3. LA FIDÉLISATION DES EMPLOYÉS	7
4. LES APPROCHES INNOVATRICES	9
5. LE PLAN DE DÉVELOPPEMENT	10
6. LA CONSOLIDATION D'ÉQUIPE OU « TEAM BUILDING »	13

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2015. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2015. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2015.

Il est interdit de reproduire, de résumer, de modifier, d'altérer ou de rediffuser, sans autorisation préalable d'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

Parfois, certains entrepreneurs disent qu'après l'embauche de leurs employés, leur travail en gestion des ressources humaines (GRH) est terminé. Détrompez-vous, après cette étape, le travail en GRH ne fait que commencer !

En effet, après l'embauche de vos employés, vous devez faire des évaluations semi-annuelles avec ces derniers, fidéliser votre personnel en utilisant des approches innovatrices et mettre en place et utiliser un plan de développement des employés. Ces éléments vont vous permettre d'aller chercher la meilleure efficacité auprès de vos employés tout en les gardant motivés et heureux au travail. Cela aura pour effet qu'autant l'employeur que les employés vont unir leurs efforts afin d'atteindre les objectifs de l'entreprise.

Dans cet atelier, les termes de motivation et de mobilisation seront des notions récurrentes. Ainsi, il est primordial pour vous de comprendre la différence entre ces deux expressions. Nous entendons souvent les entrepreneurs dire qu'ils souhaitent que leurs employés soient motivés et qu'ils donnent leur 110 %. À noter qu'un employé motivé n'est pas nécessairement un travailleur mobilisé... En fait, un employé mobilisé va lui aussi donner son 110 %, mais celui-ci va aussi avoir un fort sentiment d'appartenance envers l'entreprise. Par conséquent, la motivation et la mobilisation engendrent un taux de roulement du personnel peu élevé. Votre vrai défi sera de saisir les opportunités dans vos activités courantes afin de mobiliser vos employés.

Au fil des notions abordées dans cet atelier, vous retrouverez le sigle « #Mobilisation » à chaque occasion où vous pourrez mobiliser davantage votre personnel par vos actions.

À PROPOS DE CET ATELIER...

But :

- > Comprendre comment en tant qu'entrepreneur-gestionnaire, vous pouvez, et indirectement, vous devez, motiver et mobiliser votre personnel afin d'atteindre vos objectifs d'entreprise.

Objectifs :

- > Apprendre comment évaluer le rendement du personnel ;
- > Comprendre comment fidéliser les employés ;
- > Mettre en place des approches innovatrices pour motiver et pour mobiliser les équipes de travail ;
- > Implanter un plan de développement pour chacun des employés afin de structurer son travail et lui permettre d'atteindre des objectifs et de relever des défis professionnels ;
- > Mettre sur pied une consolidation d'équipe, aussi connue sous l'expression « team building ».

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR

 *Gérer efficacement
mon entreprise*

VOLET **FINANCE**

PARCOURS DU CANDIDAT

entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER

01_A

MISE À NIVEAU

LA COMPTABILITÉ FINANCIÈRE

Produit par  **Entrepreneuriat
Québec**

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
1.1. Qu'est-ce que la comptabilité ?.....	2
1.2. La comptabilité financière, la comptabilité de gestion et la comptabilité de prix de revient	2
2. LES FONDEMENTS	3
2.1. Les utilisateurs	3
2.2. La qualité de l'information.....	4
2.3. Les types d'entreprise	5
> 2.3.1. Le secteur d'activité	5
> 2.3.2. Les formes juridiques.....	5
3. LE SYSTÈME COMPTABLE	8
3.1. Le cycle comptable.....	8
3.2. Les « Principes comptables généralement reconnus (PCGR) »	9
> 3.2.1. Les postulats.....	9
> 3.2.2. Les principes appliqués.....	10
> 3.2.3. L'équation comptable.....	12
3.3. Les documents comptables.....	13
> 3.3.1. Les journaux.....	13
> 3.3.2. Les grands livres.....	13
3.4. Le plan comptable	15
> 3.4.1. La règle du débit/crédit	15
4. LE TRAITEMENT DE L'INFORMATION FINANCIÈRE	17
4.1. L'analyse des pièces justificatives	17
4.2. L'enregistrement des transactions	18
4.3. Le classement des transactions	19
4.4. La présentation de l'information.....	20
5. LES ÉTATS FINANCIERS	25
5.1. Les principaux états financiers	25
> 5.1.1. L'état des résultats	25
> 5.1.2. L'état des capitaux propres	26
> 5.1.3. Le bilan	27
> 5.1.4. L'état du flux de trésorerie.....	28
5.2. L'établissement des états financiers.....	29
> 5.2.1. L'état des résultats	30
> 5.2.2. L'état des capitaux propres	33
> 5.2.3. Le bilan	33
6. EXERCICES RÉCAPITULATIFS	38
7. MÉDIAGRAPHIE	43

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2016.

Il est interdit de reproduire, résumer, modifier, altérer ou rediffuser, sans autorisation préalable de l'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

Souvent, il est mentionné par les professionnels financiers qu'il est primordial pour une entreprise d'avoir une comptabilité exemplaire. La principale raison est que, sans les données comptables, l'analyse et la gestion d'une entreprise sont quasi impossibles !



En tant qu'entrepreneur, vous devez connaître les notions de base de la comptabilité. Une connaissance accrue de ces notions vous sera très utile lors de vos prises de décision stratégiques et quotidiennes.

La plupart des entreprises font appel aux services de comptables professionnels agréés pour produire leurs états financiers. Elles leur confient alors une mission de vérification, d'examen et de compilation de leurs données financières. Ainsi, ces services vous certifient que vos livres comptables représentent la situation financière de votre entreprise. Toutefois, cette certification fournie par le comptable perd toute sa pertinence si l'entrepreneur ne sait pas s'en servir adéquatement. Le défi de cet atelier est de vous outiller à bien comprendre l'information financière et ainsi, à mieux l'utiliser pour faire prospérer votre entreprise.

À PROPOS DE CET ATELIER...

Buts :

- > Comprendre et appliquer les concepts de base de la comptabilité ;
- > Connaître et analyser les états financiers de base de l'entreprise.

Objectifs :

- > Comprendre le cycle comptable ;
- > Utiliser les principaux principes comptables ;
- > Appliquer les règles de traitement de l'information comptable ;
- > Produire et interpréter des états financiers d'entreprise.

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR

 *Gérer efficacement
mon entreprise*

VOLET **FINANCE**

PARCOURS DU CANDIDAT
entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER

01_B

MISE À NIVEAU

LA COMPTABILITÉ FINANCIÈRE

Produit par

 **Entrepreneuriat
Québec**

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. LES TAXES	2
2.1. L'inscription.....	2
2.2. La TPS & la TVQ	3
2.3. Les CTI & les RTI	3
2.4. La comptabilisation.....	5
2.5. La déclaration	6
3. LES RÉGULARISATIONS	9
3.1. L'amortissement	9
> 3.1.1. L'amortissement linéaire.....	9
> 3.1.2. L'amortissement dégressif.....	11
3.2. Les charges à payer.....	12
3.3. Les produits à recevoir.....	13
3.4. Les dépenses payées d'avance	13
3.5. Les revenus perçus d'avance.....	14
4. LA PAIE	16
4.1. Le salaire brut	16
4.2. Les retenues à la source, l'impôt à payer et les contributions de l'employeur	16
> 4.2.1. L'impôt à payer	18
4.3. La comptabilisation des salaires.....	18
> 4.3.1. Le traitement de la paie.....	19
> 4.3.2. Le traitement de la contribution de l'employeur	21
> 4.3.3. Les remises de l'employeur	22
5. L'ENTREPRISE COMMERCIALE.....	23
5.1. Les ventes	23
> 5.1.1. Les escomptes et les retours	24
5.2. Le coût des marchandises vendues.....	26
> 5.2.1. L'inventaire périodique.....	27
> 5.2.2. L'inventaire permanent	31
6. L'ENTREPRISE MANUFACTURIÈRE	33
6.1. Le coût des produits fabriqués.....	33
> 6.1.1. L'état du coût de fabrication	34
7. EXERCICES RÉCAPITULATIFS	37
8. MÉDIAGRAPHIE.....	44

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2016.

Il est interdit de reproduire, résumer, modifier, altérer ou rediffuser, sans autorisation préalable de l'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

Lors du module précédent, nous avons révisé les notions de base en comptabilité financière. Vous avez pu mettre en application les étapes du cycle comptable et produire des états financiers d'entreprise en conformité avec les *Principes comptables généralement reconnus (PCGR)*.



Dans ce module, nous explorerons des concepts considérés comme plus avancés. Nous débuterons par le traitement des taxes de vente pour ensuite aborder le traitement comptable de l'utilisation de certains actifs pour générer des bénéfices, la comptabilisation d'une paie et enfin, la gestion des inventaires et des particularités comptables liées à l'entreprise commerciale et à l'entreprise manufacturière.

À PROPOS DE CET ATELIER...

But :

- > Comprendre des concepts plus avancés de la comptabilité comme les régularisations de fin de période, le traitement de la paie et la gestion des stocks pour des entreprises commerciales et manufacturières.

Objectifs :

- > Appliquer les règles de traitement des taxes de vente ;
- > Comprendre et appliquer le traitement comptable lié à l'amortissement des investissements, aux produits perçus d'avance et à recevoir ainsi qu'aux charges à payer et payées d'avance ;
- > Comprendre le traitement d'une paie d'employés ;
- > Comprendre la différence entre un inventaire permanent et un inventaire périodique ;
- > Connaître la composition de la marge bénéficiaire brute d'une entreprise commerciale et d'une entreprise manufacturière ;
- > Être en mesure de produire un état du coût de fabrication.

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR

 *Gérer efficacement
mon entreprise*

VOLET **FINANCE**

PARCOURS DU CANDIDAT
entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER
02

LA GESTION FINANCIÈRE

Produit par  **Entrepreneuriat
Québec**

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. LA PLANIFICATION.....	2
2.1. Gestion stratégique.....	2
> 2.1.1. L'analyse de la situation actuelle	3
> 2.1.2. L'élaboration de la stratégie.....	3
> 2.1.3. La mise en oeuvre et l'évaluation.....	5
3. LA GESTION FINANCIÈRE	6
3.1. Le budget d'exploitation.....	6
> 3.1.1. La méthode traditionnelle.....	6
> 3.1.2. La méthode des ratios.....	6
> 3.1.3. Le budget à base zéro.....	8
4. L'ANALYSE DE LA PERFORMANCE FINANCIÈRE.....	11
4.1. Les ratios financiers	11
> 4.1.1. Les ratios de rentabilité.....	12
> 4.1.2. Les ratios de gestion	16
> 4.1.3. Les ratios de structure	19
> 4.1.4. Les ratios de trésorerie.....	21
4.2. La méthode d'analyse des ratios financiers	22
4.3. Le système DuPont.....	24
4.4. L'analyse verticale	25
4.5. L'analyse horizontale	27
4.6. L'analyse budgétaire	30
5. LES EXERCICES RÉCAPITULATIFS	40

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2016.

Il est interdit de reproduire, résumer, modifier, altérer ou rediffuser, sans autorisation préalable de Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

Selon le site *memoireonline.com* la notion de performance est issue de l'ancien français performance qui signifie « achèvement ».

La performance financière correspond donc à un résultat positif, mesuré à l'aide d'indicateurs, qui traduisent l'efficacité de l'entreprise à utiliser ses ressources financières. Cet atelier présentera différents outils afin de planifier et d'analyser la performance financière.



À PROPOS DE CET ATELIER...

Buts :

- > Comprendre l'importance de planifier la vie d'une entreprise ;
- > Gérer ses besoins à court terme et analyser sa situation financière.

Objectifs :

- > Planifier le succès de l'entreprise ;
- > Définir et gérer le fonds de roulement ;
- > Gérer les créances à payer et à recevoir ;
- > Gérer efficacement les stocks ;
- > Financer les activités de l'entreprise ;
- > Analyser la situation financière de l'entreprise et des solutions.

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR



VOLET **FINANCE**

PARCOURS DU CANDIDAT
entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER
03

LA GESTION DU FONDS DE ROULEMENT

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. LA GESTION DU FONDS DE ROULEMENT	2
2.1. La gestion de l'encaisse.....	3
> 2.1.1. Le budget de caisse.....	4
> 2.1.2. Le rapprochement bancaire.....	12
3. LA GESTION DES CRÉANCES.....	20
3.1. L'appariement des créances	24
4. LA GESTION DES STOCKS	25
4.1. La planification des approvisionnements	25
> 4.1.1. La quantité économique à commander (QEC)	25
> 4.1.2. Le seuil de réapprovisionnement (SR).....	26
5. LE FINANCEMENT DES ACTIVITES	29
5.1. Quelques principes en lien avec le financement des activités	29
> 5.1.1. Apparier les échéances et les sources de financement	29
> 5.1.2. Diversifier les sources de financement	30
> 5.1.3. Déterminer les objectifs des propriétaires et des créanciers	30
> 5.1.4. Créer un réel partenariat avec son créancier	30
5.2. Le financement provenant des capitaux propres.....	30
5.3. Le financement provenant des activités de l'entreprise	31
5.4. Le financement par emprunt	31
> 5.4.1. Les formes de financement.....	32
> 5.4.2. Calcul d'un coût de financement.....	33
> 5.4.3. Taux d'intérêts fixes / taux d'intérêts variables.....	35
> 5.4.4. Relation risque et rendement	35
> 5.4.5. Évaluation de projet la VAN	36
6. EXERCICES RÉCAPITULATIFS	40
7. MÉDIAGRAPHIE.....	47

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2016.

Il est interdit de reproduire, résumer, modifier, altérer ou rediffuser, sans autorisation préalable d'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

Pour toutes les entreprises, qu'elles soient petites ou grandes, il est important d'effectuer des contrôles ou des analyses afin d'évaluer plus en profondeur leurs situations actuelle et future. Ces analyses permettront de prendre des décisions éclairées et elles agiront comme prévention face aux dangers auxquels l'entreprise est exposée. Ainsi, dans les pages qui suivent, nous vous exposons une série de calculs qui vous aidera à comprendre davantage la situation de votre entreprise. Ces formules peuvent être calculées régulièrement. N'hésitez pas à les utiliser !



À PROPOS DE CET ATELIER...

Buts :

- > Être en mesure de bien gérer les besoins financiers à court terme
- > Planifier les besoins de trésorerie et choisir les bons outils de financement
- > Planifier et évaluer la valeur pour l'entreprise d'un projet

Objectifs :

- > Définir et gérer le fonds de roulement de l'entreprise
- > Comprendre l'impact d'une saine gestion des créances à payer et à recevoir
- > Effectuer une gestion efficace des stocks
- > Financer les activités de l'entreprise avec les bons outils
- > Calculer la rentabilité d'un projet

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR



VOLET **FINANCE**

PARCOURS DU CANDIDAT
entrepreneuriat-quebec.com



Produit par  Entrepreneuriat
Québec

ATELIER
04

LE COÛT DE REVIENT

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. LE COÛT DE REVIENT	2
2.1. Les fondements.....	2
2.2. L'équilibre des coûts et des avantages	3
2.3. Le concept et la classification des coûts.....	3
> 2.3.1. Le coût de l'objet de coût.....	3
> 2.3.2. Le coût de la fabrication.....	3
> 2.3.3. Les coûts directs et les coûts indirects	4
> 2.3.4. Les coûts fixes et les coûts variables	4
> 2.3.5. Les coûts de base et les coûts de transformation.....	4
> 2.3.6. Les coûts de distribution.....	4
> 2.3.7. Les coûts administratifs	4
3. LA DÉTERMINATION DU COÛT DE REVIENT	5
3.1. La méthode du coût variable.....	5
> 3.1.1. La marge sur le coût variable ou la contribution marginale.....	6
> 3.1.2. La marge sur les coûts spécifiques.....	8
> 3.1.3. Le seuil de rentabilité.....	9
3.2. La méthode du coût complet.....	16
> 3.2.1. Les composantes du coût complet.....	17
> 3.2.2. Les frais généraux de fabrication.....	18
> 3.2.3. Les frais d'administration et de distribution.....	30
4. LA DÉTERMINATION DU PRIX DE VENTE.....	30
4.1. Selon les coûts.....	30
4.2. Selon le prix de vente	31
5. LA GESTION DU COÛT DE REVIENT	35
5.1. La comptabilisation des coûts de production	35
5.2. Le coût par commande	38
5.3. Le budget flexible	41
5.4. Le coût standard et l'analyse d'écart de coûts de production	45
> 5.4.1. Les écarts de matières premières.....	46
> 5.4.2. Les écarts de main-d'oeuvre directe.....	47
6. EXERCICES RÉCAPITULATIFS	51

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2016.

Il est interdit de reproduire, résumer, modifier, altérer ou rediffuser, sans autorisation préalable d'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

Le système comptable de l'entreprise fournit une quantité importante d'informations financières nécessaires à la gestion. Le gestionnaire a le mandat de tirer le maximum de ces informations afin de prendre des décisions de qualité. Un système comptable efficace aide l'entreprise à atteindre ses objectifs d'affaires.

À la base, la comptabilité de coût de revient a été pensée afin de permettre aux entreprises manufacturières de déterminer avec plus de précision le coût de leur production. Avec le temps, son utilisation s'est élargie à toute une gamme d'entreprises et d'organismes œuvrant autant dans la production de biens que des services.



À PROPOS DE CET ATELIER...

Buts :

- > Comprendre l'importance de bien et connaître les coûts de production de l'entreprise ;
- > Être en mesure de calculer le coût d'un bien ou d'un service ;
- > Déterminer le prix à fixer pour obtenir une marge bénéficiaire suffisante ;
- > Poser un regard critique sur la rentabilité de l'entreprise.

Objectifs :

- > Déterminer le prix de revient d'un produit ou d'un service ;
- > Déterminer la marge sur coût variable et le seuil de rentabilité de l'entreprise ;
- > Déterminer le prix de vente d'un produit ou d'un service ;
- > Déterminer le coût par commande ;
- > Établir un budget flexible ;
- > Analyser les écarts de coûts de production variable.

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR

 *Gérer efficacement
mon entreprise*

VOLET **FINANCE**

PARCOURS DU CANDIDAT
entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER
05

LA PERFORMANCE GLOBALE

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. LE CONTRÔLE ET LES MESURES DE PERFORMANCE	2
2.1. Les composantes de la performance	2
2.2. Les axes de la performance.....	2
3. LES TABLEAUX DE BORD DE GESTION	3
3.1. Les fondements.....	3
3.2. L'organisation du projet.....	4
3.3. L'identification des préoccupations de gestion.....	4
3.4. La détermination des indicateurs de performance.....	7
> 3.4.1. Le recrutement.....	9
> 3.4.2. La formation.....	10
> 3.4.3. La motivation et la carrière.....	10
> 3.4.4. La rémunération.....	11
> 3.4.5. Les ventes.....	11
> 3.4.6. La promotion.....	13
> 3.4.7. Le design des indicateurs.....	16
3.5. Les trucs et les astuces Excel 2013	18
3.6. Le design et l'agencement du tableau de bord et la réalisation technique	25
3.7. La mise en oeuvre et l'ajustement régulier de l'outil	29
4. EXERCICES RÉCAPITULATIFS	30
5. MÉDIAGRAPHIE.....	36

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2016. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2016.

Il est interdit de reproduire, résumer, modifier, altérer ou rediffuser, sans autorisation préalable d'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

Comment savoir si une entreprise est performante ?
Quelles sont les qualités d'une organisation performante ?
Comment mesure-t-on cette performance ? Voilà autant de questions auxquelles nous allons essayer de répondre dans cet atelier, et ce, tout en proposant un outil de contrôle intéressant : le tableau de bord de gestion.



À PROPOS DE CET ATELIER...

Buts :

- > Définir ce qu'est la performance organisationnelle ;
- > Appliquer un processus de mesure de la performance ;
- > Développer un tableau de bord de gestion simple.

Objectifs :

- > Comprendre le rôle de la planification dans les succès des entreprises ;
- > Définir la performance organisationnelle ;
- > Appliquer le processus de contrôle de la performance ;
- > Déterminer des enjeux stratégiques et des préoccupations de gestion ;
- > Choisir et désigner des indicateurs de performance efficaces ;
- > Construire un tableau de bord prospectif.

DOCUMENTATION PRÉPARÉE POUR

 *Gérer efficacement
mon entreprise*

VOLET **GESTION DU TEMPS
ET DE L'EFFICACITÉ**

PARCOURS DU CANDIDAT

entrepreneuriat-quebec.com



ATELIER
01

**LA GESTION DU TEMPS ET DE
L'EFFICACITÉ**

Produit par  **Entrepreneuriat
Québec**

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION	1
2. LA PRISE DE CONSCIENCE.....	3
2.1. 1^{re} réalité : le temps.....	3
2.2. 2^e réalité : l'information	5
2.3. 3^e réalité : la valeur ajoutée.....	9
2.4. L'articulation entre ces 3 réalités	12
> 2.4.1. Le temps/l'information	12
> 2.4.2. L'information/la valeur ajoutée	15
> 2.4.3. La valeur ajoutée/le temps	15
> 2.4.4. Les conclusions.....	15
> 2.4.5. Quelques chiffres	16
3. LES OUTILS EXISTANTS	16
3.1. Les outils universels	16
> 3.1.1. La délégation et la règle des 3Q.....	16
> 3.1.2. La méthode Eisenhower de la hiérarchisation de l'urgence.....	18
> 3.1.3. S'organiser grâce aux 5S	18
> 3.1.4. La méthode du Pomodoro	19
> 3.1.5. Online/Offline	20
> 3.1.6. Les courriels.....	20
3.2. Les matrices d'analyse tout-terrain	21
3.3. Créer ses propres outils : valoriser ses informations et faire l'inventaire des outils existants	25
3.4. Les anti-oublis.....	28
> 3.4.1. Les informations à collecter et/ou à intégrer pour préparer son agenda.....	28
> 3.4.2. Gérer l'information depuis l'extérieur.....	28
4. L'APPROPRIATION	29
4.1. Créer sa propre méthode	29
> 4.1.1. Le cycle traditionnel.....	29
> 4.1.2. La synthèse : le choix de la mise en oeuvre.....	30
4.2. La mise en oeuvre globale : le canevas de mise en oeuvre	31

TOUS DROITS RÉSERVÉS. 2015. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2015. Dépôt légal – Bibliothèque et Archives Canada, 2015.

Il est interdit de reproduire, de résumer, de modifier, d'altérer ou de rediffuser, sans autorisation préalable d'Entrepreneuriat Québec, quelque article, titre, logo, marque, information ou illustration, pour un usage autre que strictement privé, ce qui exclut toute reproduction à des fins professionnelles ou de diffusion en nombre.

1. INTRODUCTION

La gestion du temps est une préoccupation aussi vieille que... le temps! Pendant longtemps, la gestion du temps a été le Saint-Graal de tous les gestionnaires performants : gérer son temps était perçu comme l'aboutissement de la capacité à avoir le contrôle sur son environnement.

Avec les économies et les fonctionnements dits 2.0. centrés sur l'interaction et l'intégration profonde des interlocuteurs (et/ou des clients) dans les processus, la notion du temps s'efface devant les notions de réaction et de profit, rapidement identifiées et mesurables. Le juge suprême restant le résultat net mesuré à la toute fin sur le bilan comptable.

Devant ce paramètre impitoyable, le temps passé (ou pas) à exécuter une tâche devient du coup désuet, peu importe le temps passé s'il n'a rien rapporté. La gestion devient donc une chasse aux profits qui se transpose d'elle-même dans la vie courante en chasse à l'efficacité! Faut-il pour autant jeter tout ce qui a été fait sur la gestion du temps? Non, car tout le travail des sociologues et des autres théoriciens de la gestion du temps a le mérite d'avoir été mis en œuvre à grande échelle. Donc, on profite d'un retour précis sur ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas.

La méthode EVA a pour but de prendre le meilleur de ce qui fonctionne pour réaliser un ensemble d'outils 2.0. réactifs et adaptés aux utilisateurs et à leurs environnements et, par-dessus tout, qui permettront à ces derniers d'être efficaces.



À PROPOS DE CET ATELIER...

But :

- > Mettre à votre disposition les outils et les stratégies nécessaires qui vous permettront d'optimiser votre gestion du temps et de l'efficacité, et ce, dans la perspective d'assurer la bonne continuité des activités de votre entreprise.

Objectifs :

- > Comprendre les notions de temps, d'information et de valeur ajoutée ainsi que l'articulation indissociable entre ces trois réalités ;
- > Connaître les outils existants qui permettent d'optimiser la gestion du temps et de l'efficacité selon les activités de votre entreprise.