



Mise en place d'un cadre favorable à la promotion de la chaîne de valeur dans la valorisation énergétique des déchets à Madagascar

Formation en entrepreneuriat pour les porteurs de projet dans le secteur WtE à Madagascar

Mardi 20 Août 2024

Porté par mis en œuvre conjointement avec



COMMISSION DE
L'Océan Indien

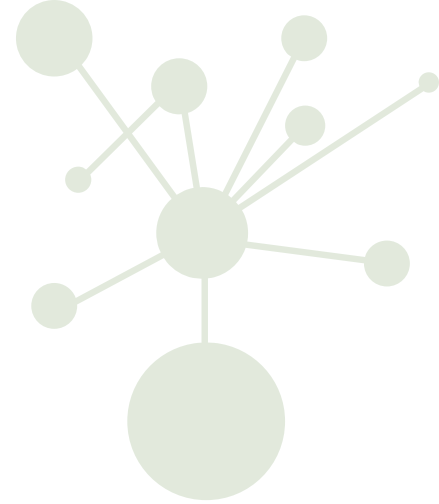


sur financement de



Financé par
l'Union européenne

ETAT D'ESPRIT D'UN ENTREPRENEUR ?





07 33 66 11 11

Pizza
au feu de bois

Pâtes
Sandwichs

07 33 66 11 11



TYPE DE MOTIVATION

Exerce une activité dans le but
d'obtenir une satisfaction
personnelle.

*Sentiment de relever un défi
Par plaisir
Pour apprendre*

**L'individu s'engage de
façon volontaire et
spontané dans une
activité.**

Motivation intrinsèque

Exerce une activité pour attendre
une récompense de leur travail.

*Dépend des récompenses matérielles
Par contrainte
Pour tester*

**individu s'engage de
façon volontaire et
réfléchi dans une
activité.**

Motivation extrinsèque

Exerce une activité sans trop
connaître la raison de leur
implication et sans trop savoir ce
que celle-ci leur apporte en retour.

Sans motivation

**L'individu s'engage de
façon involontaire dans
une activité.**

Amotivation

DECLENCHEUR DE MOTIVATION



Il est important que l'entrepreneur connaisse leurs déclencheurs de motivation qui sont des mécanismes de gestion de la mémoire afin de pouvoir se mettre dans un état donné et modifier le comportement : C'est **le pouvoir d'entreprendre**.

Ils peuvent être mentalement, physiquement ou matériellement ...

NDRIANASOLO Solofonirina

Gérant de la Ferme Mahatsara



LES 07 CROYANCES POUR AGIR



1. Tout évènement se produit pour une raison précise et doit nous servir. Devant une situation donnée, est ce que les entrepreneurs voient les possibilités qu'elles offrent ou les obstacles qui se présentent ? TOETSAINA MIHABO
2. L'échec n'existe pas, seul existe les résultats : C'est la pensée de ce qui est POSSIBLE
3. Quoi qu'il arrive, il faut assumer la responsabilité.
4. Il n'est pas nécessaire de tout comprendre pour utiliser les savoirs. ERE DE L'INFORMATION
5. Les êtres humains sont nos plus grandes ressources. GAGNANT GAGNANT
6. Le travail est un jeu.
7. Pas de réussite sans engagement.

A portrait of a woman with dark, curly hair, wearing a red top and large hoop earrings. She is sitting in a wooden chair outdoors, with green foliage in the background. A small black microphone is clipped to her top. The text is overlaid in the bottom left corner.

SAMBISOLONIRINA *Emilianna Sandrine*

Gérante du Fagneva Bio

INNOVATION

L'innovation est la mise en œuvre et le résultat de la créativité, il relève de l'action.

L'innovation entrepreneurial est un état d'esprit qui au final doit augmenter de la valeur à une entreprise. Le principal moyen de croissance mais surtout inhérent dans la survie d'une entreprise.

Elle ne dépend pas du génie ou du hasard mais de la capacité à ouvrir sa perception à son environnement en développant l'intelligence imaginative.

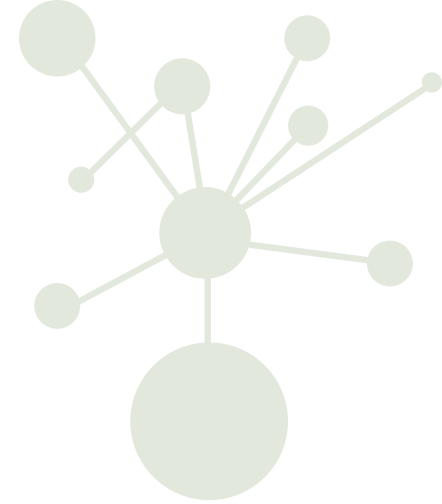
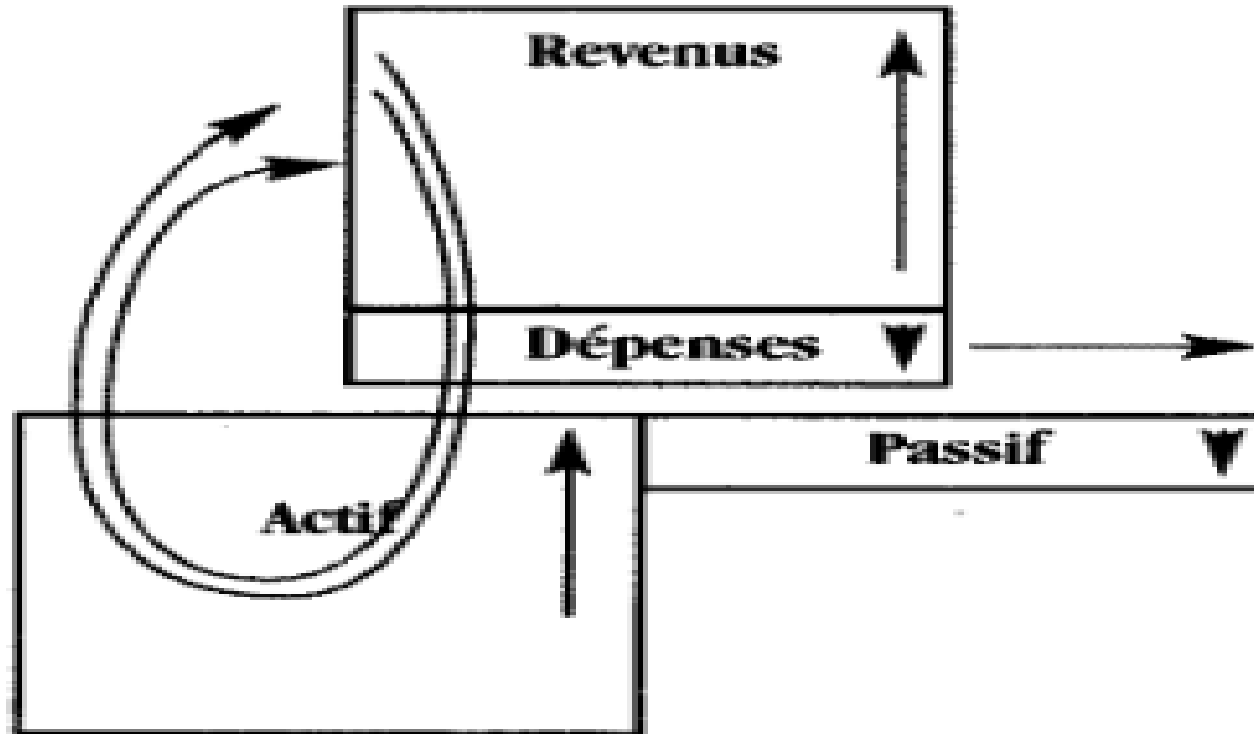
Il s'agit de générer de nouvelles idées, d'effectuer de la recherche, d'améliorer les processus ou renouveler les produits et services... qui sortent des sentiers battus.



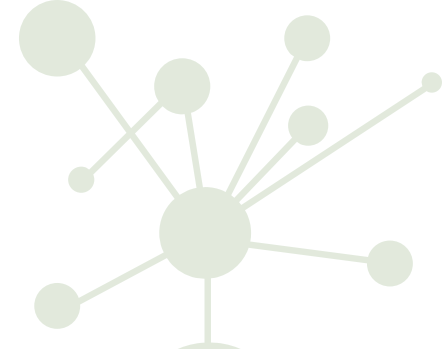
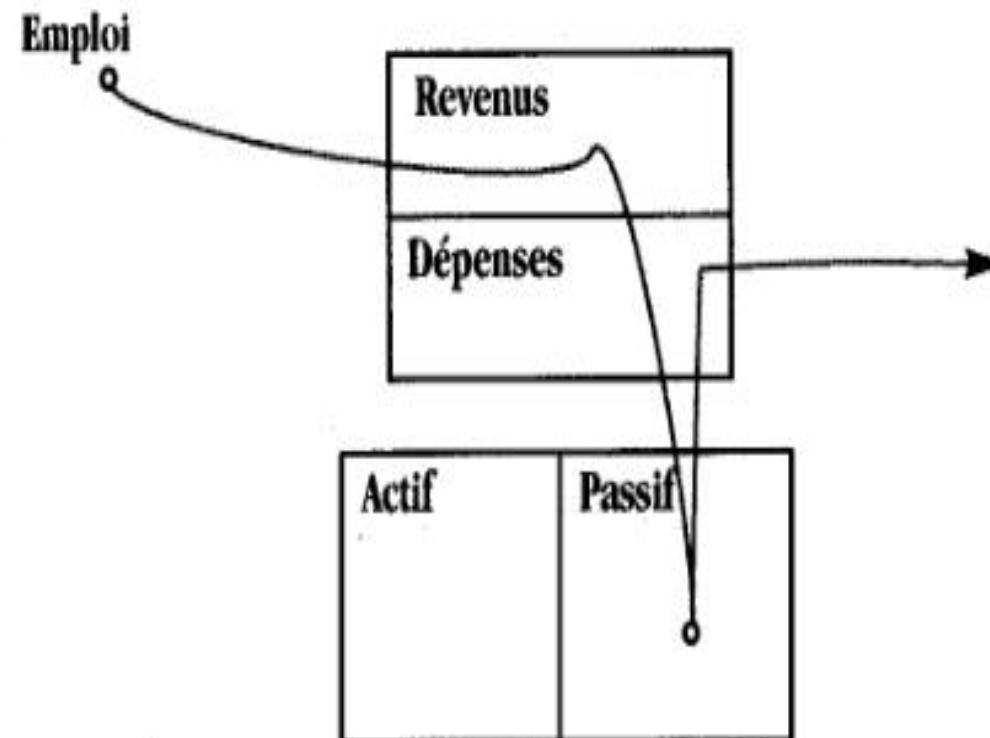
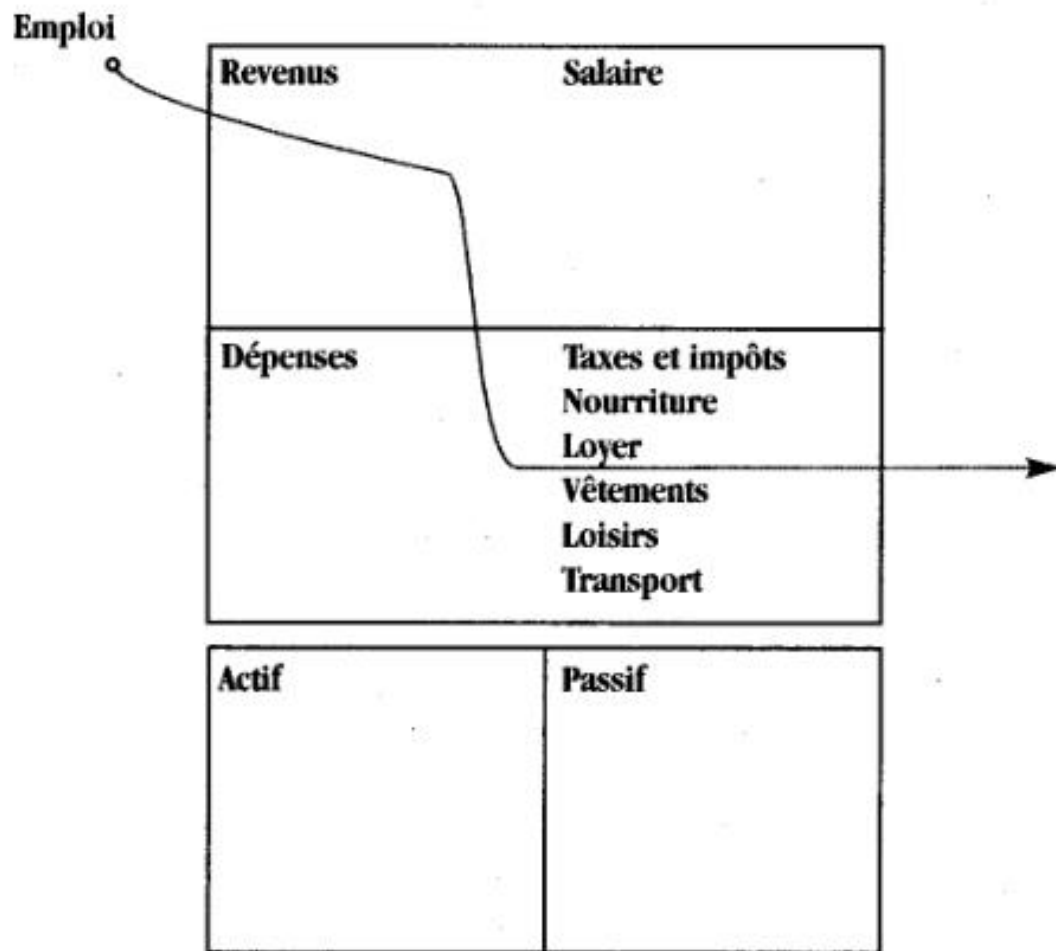
Color mada



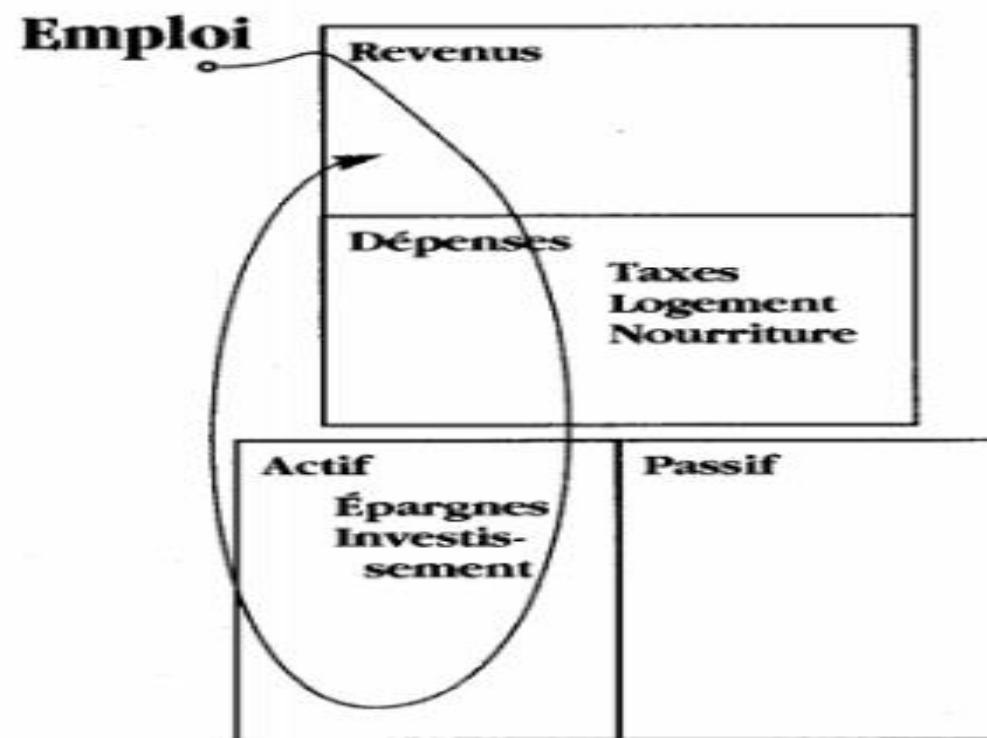
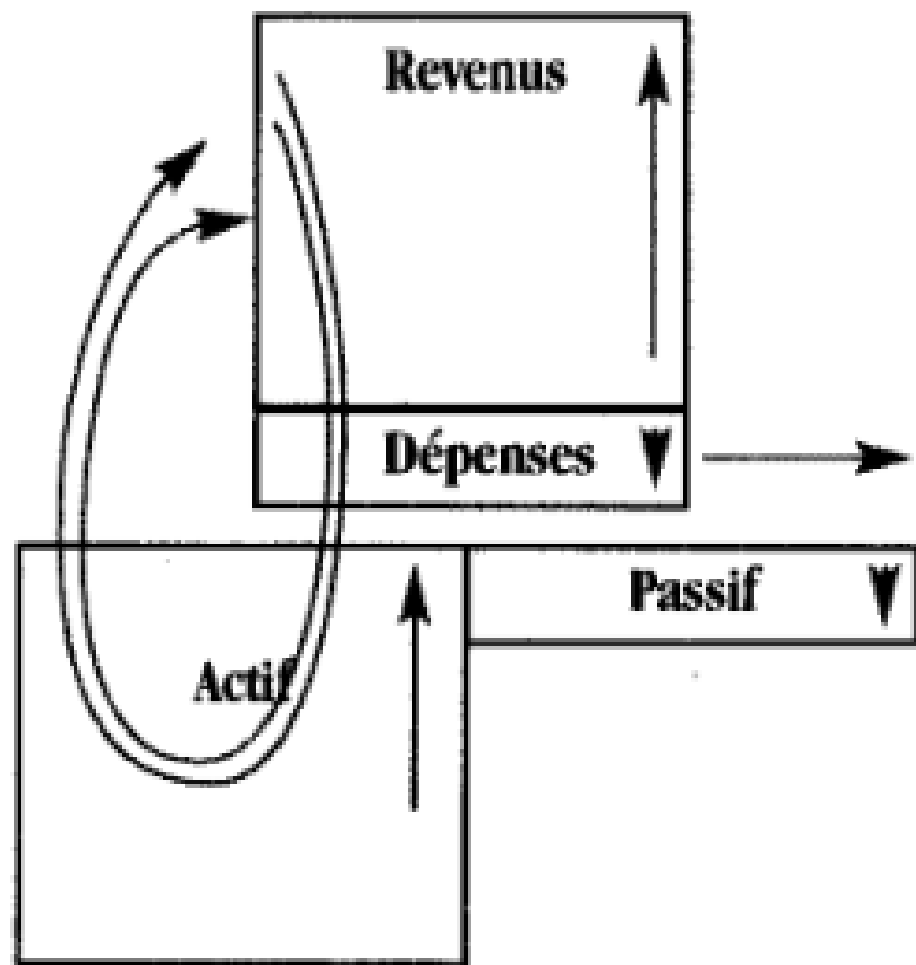
LA MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT



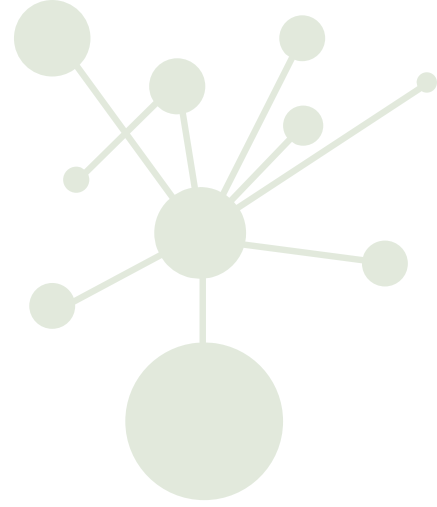
LA MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT

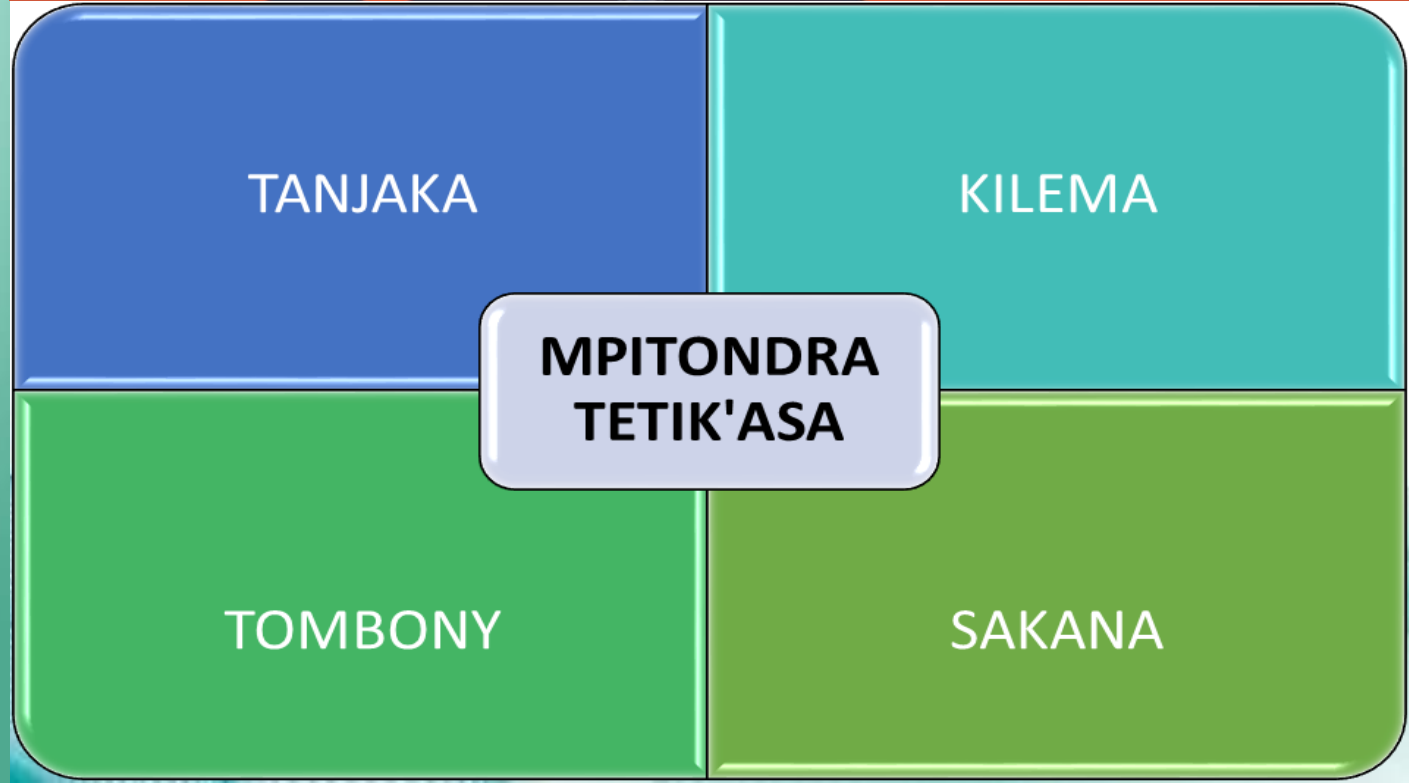
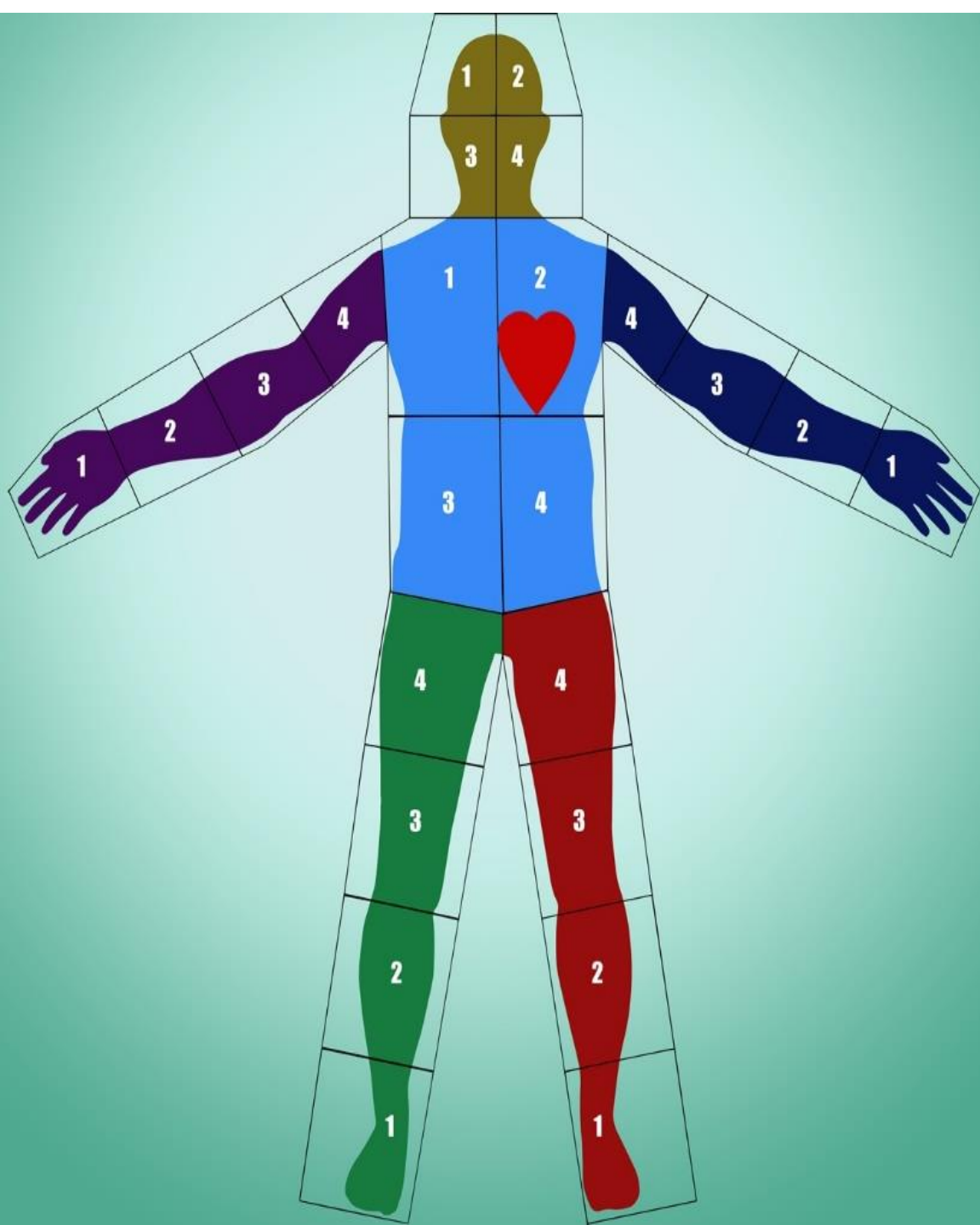


LA MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT



PORTEUR DE PROJET ?





Compétences et qualités de l'entrepreneur

- ✓ **Organisation** : il a bonne gestion du temps ; il est bien structuré ; il a une capacité à anticiper.
- ✓ **Autodiscipline et travail** : il est bon pour se donner des instructions à lui-même et les respecter ; il est méticuleux, précis ; il est capable de se fixer des objectifs et de se concentrer pour les atteindre.
- ✓ **Détermination et ténacité** : il n'abandonne pas facilement, il fait de gros efforts.
- ✓ **Imagination & créativité** : il fait naître de nouvelles idées ; il possède un bon sens de l'observation ; il prend des initiatives ; il est très réactif et capable de s'adapter facilement aux situations changeantes.
- ✓ **Motivation** : il est enthousiaste, optimiste, ambitieux, volontaire.
- ✓ **Bon contact** : il est aimable, sociable, à l'écoute ; il a de bonnes capacités de communication.
- ✓ **Leadership** : il arrive à réunir plusieurs personnes autour d'un objectif commun ; il sait donner des instructions aux autres et les accompagner dans la réalisation de ces instructions ; il motive les personnes.
- ✓ **Goût pour les affaires** : il est sensible aux opportunités commerciales dans la vie quotidienne ; il aime négocier ; il n'a pas peur de faire du profit.
- ✓ **Compétences techniques et connaissances** : il a de la plus-value dans un ou plusieurs domaines d'activité ; il fait preuve de talents dans un ou plusieurs domaines ; il est désireux d'apprendre.

Attitudes d'un porteur de projet

- ✓ **Indépendance du projet** : Un projet ne se construit pas par rapport aux autres. Le porteur doit se fixer ses propres objectifs et ne doit pas se laisser influencer par ce que les autres font ou feraient à sa place.
- ✓ **Patience** : Le porteur doit accepter de démarrer petit. De grandes entreprises ont commencé avec presque rien, alors il est tout à fait possible de commencer avec les moyens du bord. L'activité grandira en temps opportuns.
- ✓ **Adaptabilité** : Un projet évolue sans cesse en fonction des contraintes et des opportunités qui se présentent. Le porteur doit toujours garder à l'esprit que son projet ne ressemblera pas exactement à l'idée qu'il en avait au départ et il doit accepter la nécessité d'adapter son projet.
- ✓ **Soutien familial** : Une vie familiale heureuse et sereine est la clé de la réussite de la création d'entreprise. La vie professionnelle du créateur d'entreprise ne doit pas mettre en péril sa vie familiale et vice-versa. C'est pour cette raison que le porteur doit s'assurer du soutien de ses proches, et les inclure dans la vie de son projet (parler des difficultés mais surtout des perspectives, des objectifs et de ses rêves !)
- ✓ **Expérience** : Pour mieux maîtriser les facteurs clés de réussite dans le secteur d'activité, le porteur de projet doit avoir une bonne connaissance de ce dernier. Les erreurs commises par les créateurs d'entreprise par manque d'expérience peuvent être désastreuses pour la survie de l'entreprise. Le porteur doit acquérir de l'expérience dans le secteur avant de se lancer.
- ✓ **Soutien technique** : il est important que le porteur s'entoure de conseillers (famille, amis, collègues, professionnels) pendant le montage de son projet. Les chefs d'entreprise, qui connaissent la réalité de la création d'entreprise, ou des conseiller techniques, qui peuvent conseiller sur des points précis, peuvent être de précieux soutiens.
- ✓ **Proactivité et méthode** : Jusqu'au lancement de l'entreprise l'implication d'un porteur de projet doit être sans faille. Le porteur est le seul maître de son projet et personne ne peut faire ou prendre des décisions à sa place. Il doit donc s'organiser avec méthode (planifier ses actions au mois, à la semaine, et même au jour le jour) jusqu'à la date de lancement et pour les premiers mois d'activité.
- ✓ **Implication matérielle** : Un porteur doit avoir de l'argent personnel à mettre sur la table pour lancer son projet. En effet, la banque, l'institut de microfinance, la tontine, et même l'entourage ne lui prêtera de l'argent que si, lui aussi, en apporte. Par ailleurs, emprunter trop d'argent peut réduire la rentabilité d'un projet. Constituer une épargne personnelle est donc essentiel.
- ✓ **Partenariat et association** : S'associer avec une personne ou une entreprise peut être un accélérateur important pour un projet. Toutefois, il faut bien y réfléchir car un associé aura nécessairement des motivations et des objectifs différents de ceux du porteur. Il est important de clarifier avec chaque associé potentiels, leurs objectifs et aspirations.





1. Quel est le besoin auquel le produit ou service répond ? Y'en-a-t-il d'autres ?

Utilité :
besoins
auxquels il
répond

2. Quelle(s) activité(s) l'entreprise va-t-elle exercer ? Conception ? Fabrication ? Distribution ? Autre ?

Activité liée

3. Quelles sont les caractéristiques du produit ou service proposé ? Existe-t-il des produits ou services associés ?

Caractéristiques
et produits ou
services
associés

4. Quels seront les utilisateurs du produit/service ? Quelles sont leurs caractéristiques ? Quels sont leurs critères d'achat ?

Clientèle visée

Avantages
concurrentiels :
points forts et
points faibles

5. Comment le produit/service se différencie-t-il de celui des concurrents ? Quels sont les points forts du produit/services ? Et les points faibles ?

Usage et mode
de
fonctionnement

6. Comment le produit ou service s'utilise-t-il ? Quelles sont les contraintes liées à ce mode d'utilisation ?

7. Comment le produit/service sera-t-il vendu ? En magasin ? En porte à porte ? Sur internet ? Quelles sont les contraintes liées au mode de vente du produit/service ?

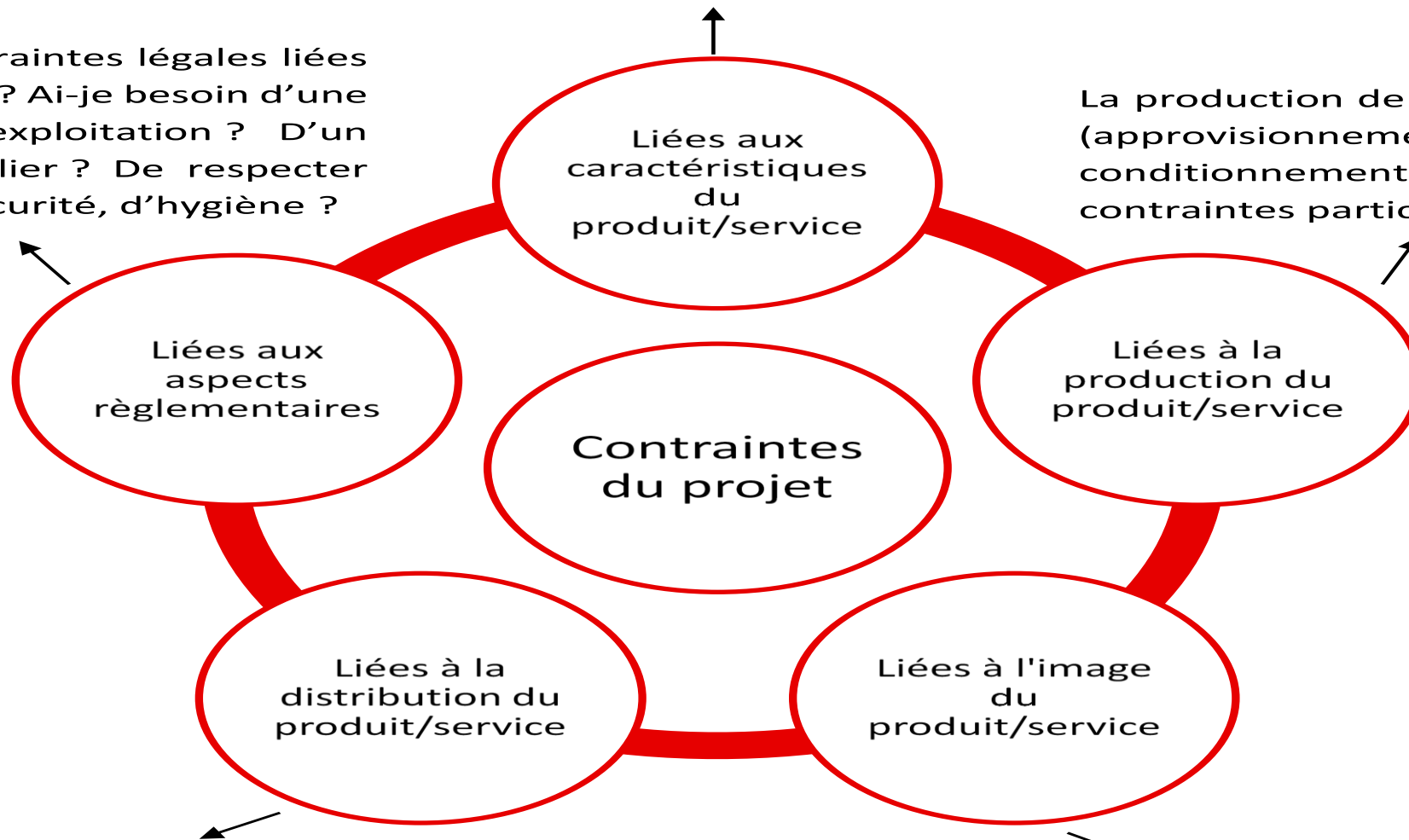
Mode de vente

**Produit
Service**

Quelles sont les caractéristiques du produit/service que je propose ? Qu'est-ce que cela implique pour mon projet ?

Y-a y-il des contraintes légales liées à l'activité visée ? Ai-je besoin d'une autorisation d'exploitation ? D'un diplôme particulier ? De respecter des règles de sécurité, d'hygiène ?

La production de mon produit/service (approvisionnement, fabrication, conditionnement) engendre-t-elle des contraintes particulières ?

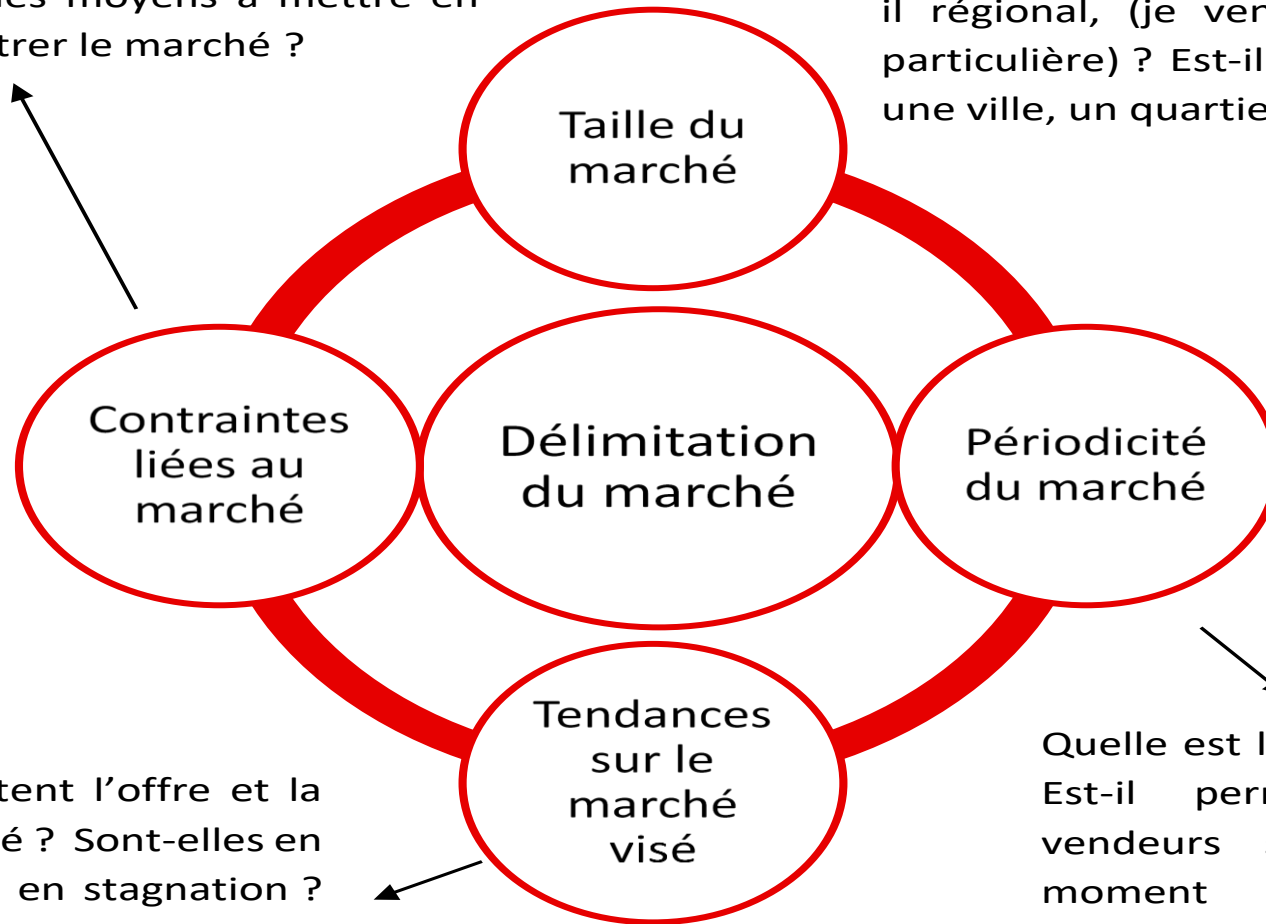


Quelles contraintes dois-je prendre en compte pour distribuer mon produit/service ? (créer une marque, publicités, réseaux de distribution, service-après-vente, etc.)

L'image de mon produit m'impose-t-elle des contraintes particulières ? (assurer une image de luxe, redorer l'image négative, correspondre aux attentes des clients, etc.)

Les caractéristiques et les tendances du marché impliquent-elles des contraintes particulières sur les moyens à mettre en œuvre pour pénétrer le marché ?

Le marché visé est-il international (je vends dans plusieurs pays) ? Est-il national (je vends dans tout le pays) ? Est-il régional, (je vends dans une région particulière) ? Est-il local, (je vends dans une ville, un quartier défini) ?



Comment se comportent l'offre et la demande sur le marché ? Sont-elles en croissance, en baisse, en stagnation ? L'offre est-elle supérieure, inférieure à la demande ?

Quelle est la périodicité du marché ? Est-il permanent (acheteurs et vendeurs se rencontrent à tout moment de l'année) ? Est-il saisonnier (acheteurs et vendeurs ne se retrouvent qu'à certains moments de l'année, définis et périodiques) ?



L'analyse doit se poursuivre sur les motivations qui orientent le choix d'un client sur un produit ou un service. Pour se faire, on peut utiliser une méthode simple et efficace appelée SONCAS regroupant, via son acronyme, les principales motivations d'achat généralement constatées.

Sécurité = Être rassuré, minimiser les risques

Orgueil = Image que le client veut donner de lui-même grâce à l'acquisition d'un bien

Nouveauté = Besoin d'innovation, de changement, de solutions nouvelles

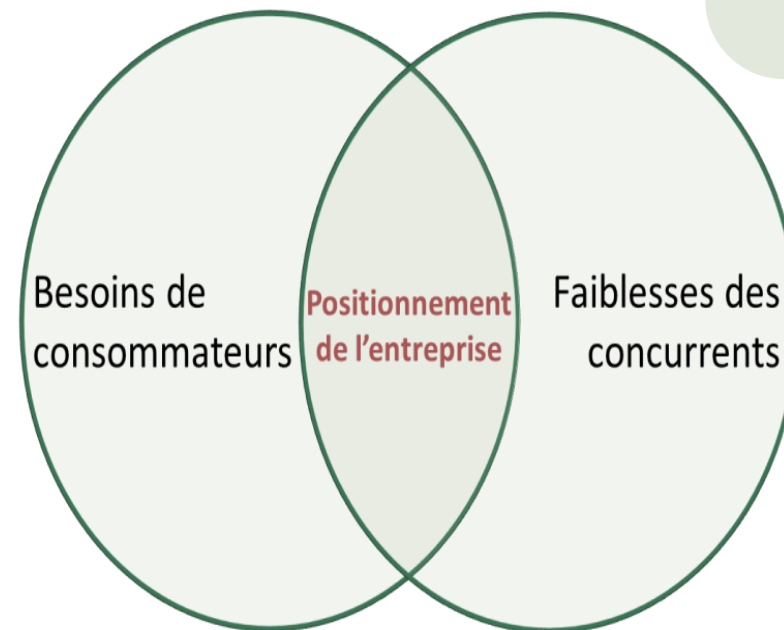
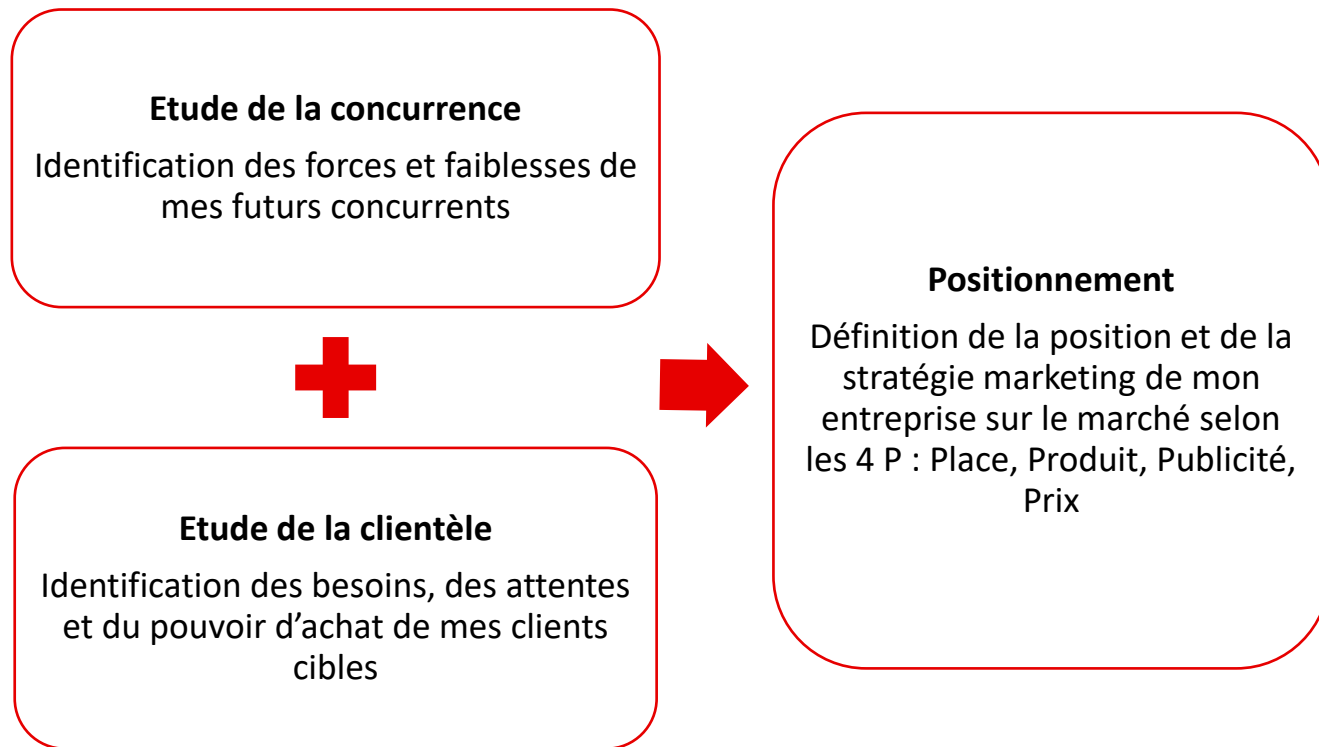
Confort = Facilité d'utilisation, commodité, plaisir

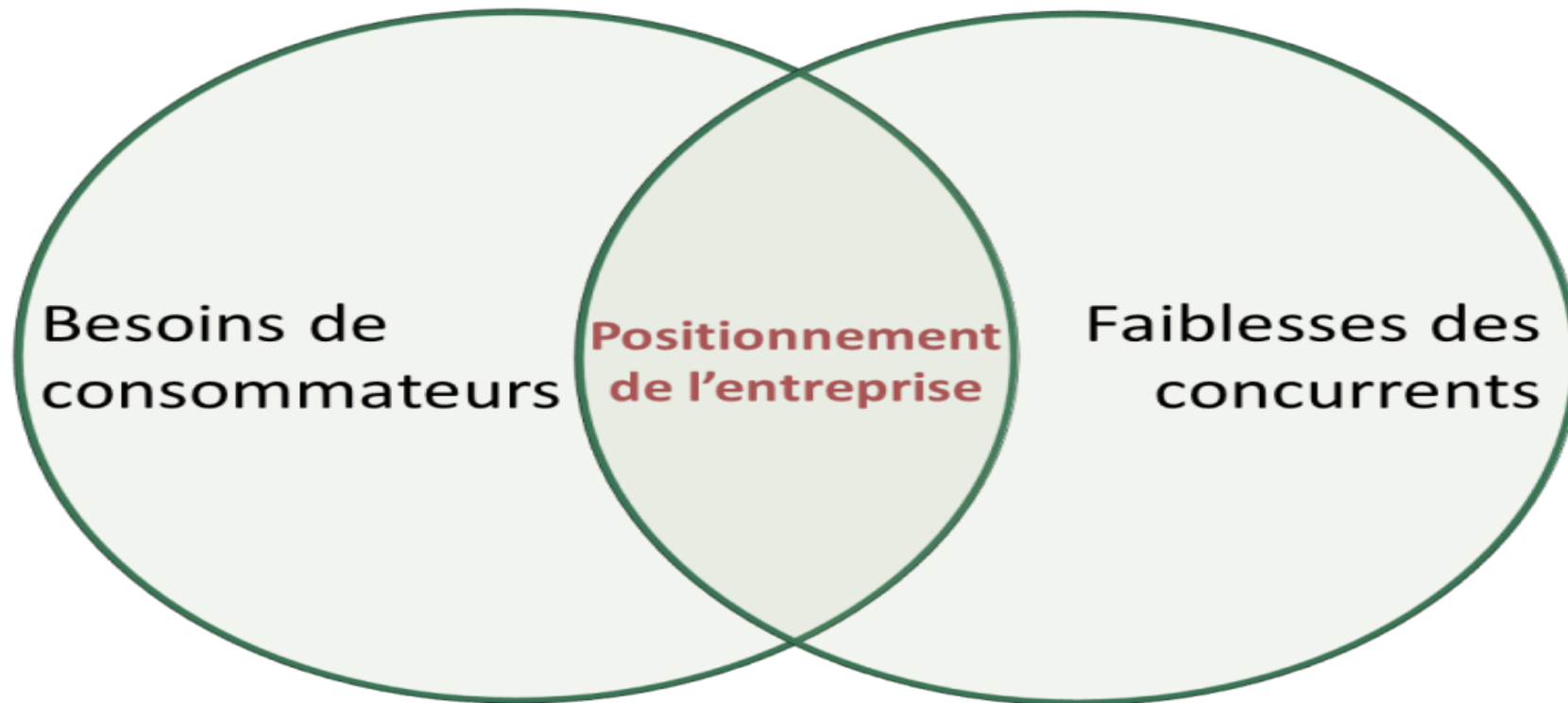
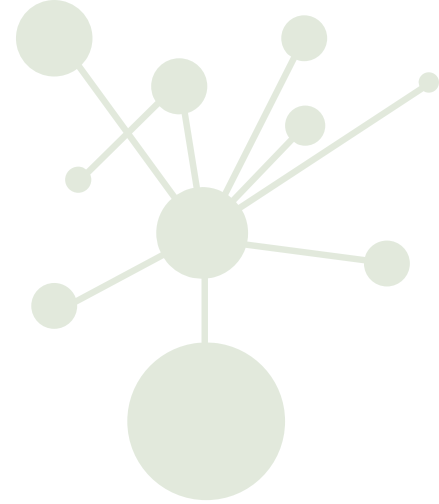
Argent = Prix payé, rapport qualité/prix, rentabilité

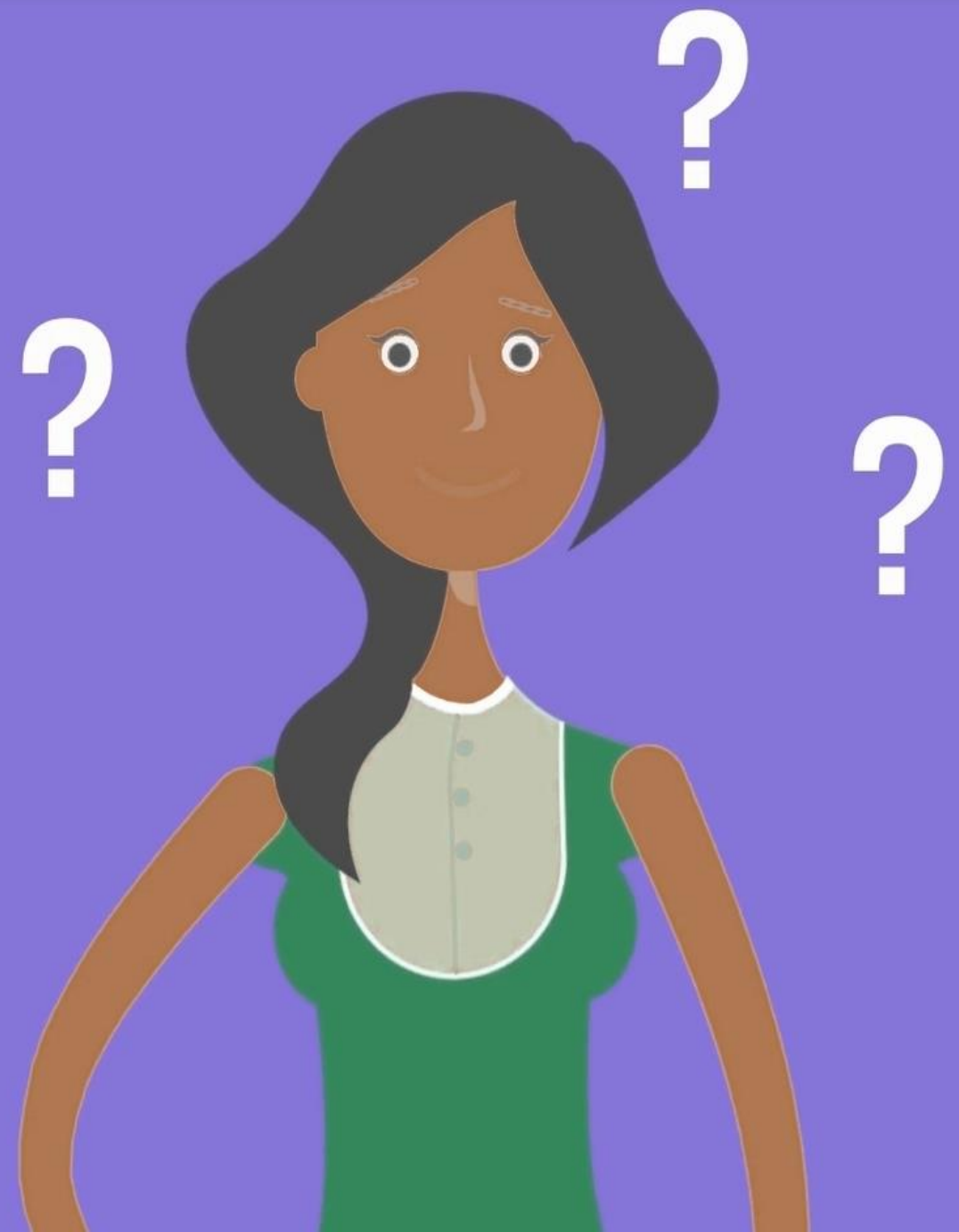
Sympathie = Rapport affectif, appartenance

Le repérage des motivations et des différents points influençant l'achat est indispensable pour orienter la communication et donc construire l'argumentaire de vente.

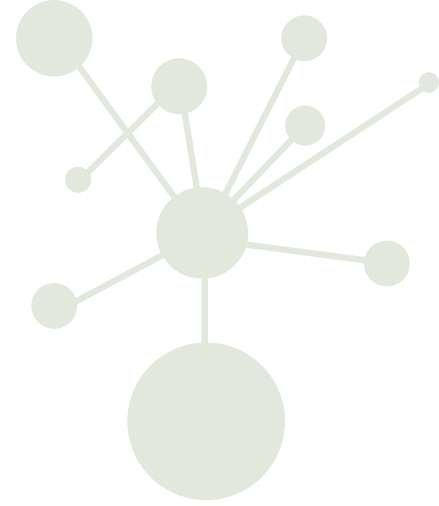
STRATEGIE DE POSITIONNEMENT











BUSINESS MODEL ?

<i>Partenaires clés</i> <i>Partenaires clés</i>	<i>Activités clés</i> <i>Activités clés</i>	<i>Propositions de valeur</i>	<i>Relations avec les clients</i>	<i>Clients</i> <i>Clients cibles</i>
<i>Proposition de valeur</i>	<i>Ressources clés</i>		<i>Stratégies de vente</i>	<i>Autres clients</i>
<i>Produits et services à vendre</i>	<i>Structure des coûts</i>		<i>Flux de revenus</i>	