

Pour démarrer votre entreprise :

guide de ressources pour les femmes de la Colombie-Britannique



*diverses entreprises de services d'investissement en immobilier
services de nettoyage services aux aînés décoration intérieure
services de vente en gros entrepreneure de bâtiment tenue
de boutique de publicité fabrication conception de sites Web tour
nisme de planification financière centre d'esthétique corporelle b
formation en informatique gestion consultation d'entreprise
production de médias galerie d'art publicité comptabilité con
sulting société de production élevage de chiens resta*

Pour démarrer votre entreprise : guide de ressources pour les femmes de Colombie-Britannique a été produit en octobre 2004 par les partenaires suivants que nous remercions de leur contribution.

Gouvernement de la Colombie-Britannique

Ministry of Community, Aboriginal and Women's Services
(Women's and Seniors' Policy Branch))
Ministry of Small Business and Economic Development
(Tourism and Small Business Branch)
Ministry of Finance (Public Affairs Bureau)

Gouvernement du Canada

Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
Société des femmes entrepreneurs de la C.-B.

Small Business BC

Publié par le gouvernement de la Colombie-Britannique :
Ministry of Community, Aboriginal and Women's Services
www.gov.bc.ca

Catalogage de Bibliothèque et Archives Canada dans les données des publications

Entrée principale sous le titre :
Pour démarrer votre entreprise : guide de ressources pour les femmes de Colombie-Britannique

Aussi offert sur Internet.
Produit en collaboration avec le Ministry of Community, Aboriginal and Women's Services...[et al.]. Voir Remerciements.
ISBN 0-7726-5241-4

1. Entreprises dont les propriétaires sont des femmes-Colombie-Britannique - Gestion 2. Femmes à leur propre compte-Colombie-Britannique. 3. Nouvelles entreprises -Colombie-Britannique - Gestion. 4. Petite entreprise -Colombie-Britannique – Gestion. I. Colombie-Britannique. Ministry of Community, Aboriginal and Women's Services. II. Colombie-Britannique. Women's and Seniors' Policy Branch.

HD62. 7S72 2004 658. 1'1'082 C2004-960141-5

© Gouvernement de la Colombie-Britannique

Pour démarrer votre entreprise

Si vous songez à démarrer une entreprise, vous êtes en bonne compagnie. Aujourd'hui, la Colombie-Britannique compte près de 360 000 petites entreprises, dont 36 p. 100 appartiennent à des femmes ou sont exploitées par des femmes – c'est le taux le plus élevé au Canada.

Mais, de l'inspiration initiale au démarrage d'une entreprise, le chemin est parsemé de nombreuses décisions à prendre. Comment saurez-vous si vous avez cerné tous les aspects? Et comment trouverez-vous votre chemin parmi toutes les informations mises à la disposition des entrepreneurs potentiels?

Au sujet du présent guide

De l'ébauche du plan d'entreprise à l'obtention de fonds de démarrage, le présent guide vous expliquera ce que vous devez savoir et où trouver les informations nécessaires. De plus, il vous présentera des Britanno-Colombiennes qui vous inspireront en vous faisant bénéficier généreusement de leur propre expérience de l'exploitation d'une entreprise.

Vous trouverez des sources supplémentaires d'informations à la fin de chaque section et les ressources clés sont résumées à la fin du guide. Elles ont été choisies spécifiquement pour les femmes qui démarrent une entreprise en Colombie-Britannique et elles fournissent de précieux renseignements. Mais, la liste est loin d'être exhaustive – il existe véritablement des centaines d'autres sources à examiner, par conséquent servez-vous d'Internet et rendez-vous à la bibliothèque de votre localité pour trouver davantage d'informations.

Gardez le guide sur votre bureau, marquez vos ressources préférées et relisez les récits personnels pour qu'ils vous rappellent « Oui, je peux y arriver! ».

Le chemin qui mène à votre entreprise compte sept étapes :

1. La vision
2. L'analyse du marché
3. Le plan d'entreprise
4. Le financement
5. La création
6. La promotion
7. La gestion

Table des matières

- 2 Par où commencer?
- 5 Travaillerez-vous chez vous?
- 7 Définissez votre marché
- 10 Établissez votre plan
- 14 Créez officiellement votre entreprise
- 16 Trouvez les fonds
- 20 Mettez-vous au courant
- 23 Faites de la publicité
- 25 Trouvez un juste milieu
- 27 Ressources clés

Par où commencer?



Dolly Watts
Liliget Feast House

« J'ai toujours voulu être propriétaire d'une entreprise, mais je ne savais pas dans quelle activité me lancer. J'explorais tout le temps des possibilités. Celle que j'ai réalisée s'est présentée directement à moi et je n'ai pas pu la rejeter. Les gens voulaient tout ce que je cuisinais. Je n'ai véritablement pas eu le choix. »

Dolly Watts est une femme étonnante. À 49 ans, elle est allée à l'université; à 57 ans, elle a démarré son entreprise de services de traiteur; à 60 ans, elle a ouvert un restaurant et, à 69 ans, elle a remporté une médaille d'or à un concours d'Iron Chef à Vancouver.

Dolly possède et exploite le restaurant Liliget Feast House à Vancouver, où la cuisine de son enfance est à l'honneur. En 2001, elle a gagné un Prix national d'excellence décerné aux Autochtones dans la catégorie Entreprise et commerce. Elle estime que, entre son entreprise de services de traiteur et son restaurant, elle a versé « plus de un million de dollars en salaires à des Autochtones ».

Liliget combine tous les éléments auxquels sa propriétaire attache de l'importance : Dolly est une organisatrice et une gestionnaire et elle aime la mise en œuvre dans l'entreprise en fin de processus; sa famille travaille avec elle; le restaurant sert de la cuisine autochtone et lui permet de partager son héritage et sa culture gitskans avec sa clientèle.

« Je savais que c'était le seul restaurant autochtone au Canada, dit-elle, et, ayant fait des études universitaires en anthropologie, je pouvais parler de notre culture à n'importe qui. Je n'avais pas peur de le faire et je ne mâchais pas mes mots. »

Même dans son site Web, Dolly trouve un équilibre entre un marketing avisé et le fait d'être fidèle à elle-même. C'est une femme poète et elle se sert de son site Web pour donner à sa clientèle une autre idée de sa vie.

« Quand nous avons lancé le site Web, nous l'avons lancé sur le marché international – notamment la poésie. Je voulais que les gens sachent comment je vivais réellement – que c'était bien moi qui ramassais les petits fruits ou qui assistait à de vastes funérailles. Les gens sont vraiment reconnaissants qu'on les éclaire sur les Autochtones. »

Il vous vient une excellente idée et vous vous demandez pourquoi personne n'y a pensé avant vous. Avant de commencer à remplir des demandes de crédit et de louer un local, posez-vous plusieurs questions ardues – et soyez prête à faire des recherches.

1. Possédez-vous les qualités requises pour être votre propre patronne?

Pour gérer une entreprise prospère, vous devrez :

- ▶ être passionnée par une idée et pouvoir communiquer votre passion aux autres;
- ▶ être suffisamment motivée pour élaborer un plan et travailler dur afin de le mettre à exécution;
- ▶ pouvoir résoudre des problèmes;
- ▶ être capable de faire plusieurs choses à la fois pour vous occuper d'une centaine de détails en même temps et élaborer et gérer votre stratégie d'entreprise;
- ▶ avoir confiance en vous, en vos décisions et en vos compétences en relations humaines;
- ▶ être flexible pour voir les changements, les possibilités et les développements imprévus et vous y adapter;
- ▶ pouvoir vous vendre et vendre vos produits ou services;
- ▶ faire preuve de persévérance pour mener votre idée à bien.

2. Quelle est votre vision?

Pourquoi voulez-vous vous lancer dans les affaires? Est-ce pour vous adonner à ce qui vous passionne, prendre le contrôle de votre vie et de votre carrière, imprimer votre marque et réussir ou devenir financièrement indépendante? Comment une entreprise vous aiderait-elle à y parvenir? Que comptez-vous avoir accompli dans trois ans? Voyez la section « Établissez votre plan » à la page 10.

3. Qui voudrait acheter votre produit ou service?

Tout dépend des gens. Vos décisions dans tous les domaines, du produit à l'emplacement en passant par le prix, doivent être fondées sur les caractéristiques et les besoins de vos clients éventuels. Voyez la section « Définissez votre marché » à la page 7.

4. Comment vous débrouilleriez-vous financièrement?

Vous aurez besoin d'argent pour payer le local, les fournitures de bureau, l'équipement, les stocks et pour couvrir vos besoins en matière de revenu personnel, pendant un an peut-être ou plus. Voyez la section « Trouvez les fonds » à la page 16.

5. Que devez-vous savoir pour diriger une entreprise ?

Songez aux tâches multiples que comporte la direction d'une entreprise : vous devrez assumer la gestion des lieux, des stocks, des fournisseurs, des finances, du marketing et de la correspondance. Même si vous recourrez aux services de professionnels, vous devrez comprendre suffisamment ce qu'ils font pour coordonner leur travail et l'appliquer à votre situation. Voyez la section « Mettez-vous au courant » à la page 20.

6. Quel effet une entreprise aurait-elle sur votre vie personnelle?

Les trois premières années d'une nouvelle entreprise demandent généralement une courbe d'apprentissage à forte pente et de longues heures de travail. De nombreux propriétaires d'entreprises reportent leurs vacances et projets personnels jusqu'au moment où l'entreprise est bien implantée. Une bonne organisation, des limites clairement définies et la coopération de la famille sont des éléments essentiels de succès. Voyez la section « Trouvez un juste milieu » à la page 25.

Êtes-vous une femme-orchestre ou vous voyez-vous à la tête d'une très petite entreprise ou d'une PME (petite à moyenne entreprise)?

- ▶ Une entreprise individuelle ne comprend que vous.
- ▶ Une très petite entreprise compte moins de 5 employés.
- ▶ Une petite entreprise compte de 5 à 10 employés.
- ▶ Une petite entreprise compte de 5 à 10 employés.

Ressources

- ▶ Ressources d'auto-évaluation et pour les entreprises, destinées aux femmes, à www.wes.bc.ca ou par téléphone au 1 800 643-7014.
- ▶ « Getting Started » à www.smallbusinessbc.ca. Suivez le lien Small Business jusqu'à Online Small Business Workshop ou téléphonez au 1 800 667-2272.
- ▶ Exploring Business Opportunities: A Guide for Entrepreneurs à www.gov.bc.ca/sbed. Cliquez sur Reports and Publications.
- ▶ Guide de Strategis : Démarrage d'une entreprise à <http://strategis.gc.ca>.
- ▶ « Système d'aide au démarrage d'une entreprise : Votre première porte d'accès aux renseignements sur le démarrage d'une entreprise au Canada » à <http://bsa.cbcs.org>.
- ▶ McGUCKIN, Frances. Business for Beginners, 3e édition, Eastleigh Publications, 2003.
- ▶ JAMES, J. D. Starting a Successful Business in Canada, 16e édition, International Self-Counsel Press, 2004.

Travaillerez-vous chez vous?



Christine Corkan
Java Jazz
Mobile Café Ltd.

« Ce que j'aime par-dessus tout, c'est sortir en camion, établir un contact avec les partisans et les réchauffer. »

S'il existe un exemple classique de réussite dans les affaires, c'est celui de Christine Corkan. Pendant une partie de soccer, elle a manqué le but que son fils a compté en allant acheter en courant un café au coin de la rue. Pendant qu'elle regagnait les gradins à ciel ouvert, l'idée suivante lui est soudain venue à l'esprit : pourquoi ne pas apporter du café aux gens?

« Vancouver est une ville où les gens boivent du café et ont des loisirs, dit-elle. La majorité d'entre eux ont trois dollars en poche pour se payer un café au lait. Je suis une personne normale et, si j'en voulais, je savais que les autres en voulaient aussi. »

Christine travaillait déjà à temps partiel, mais l'avenir semblait incertain. Elle s'est donc mise à réaliser son rêve, une entreprise qu'elle pourrait gérer chez elle. Elle a fait beaucoup de travail de fond en établissant son entreprise, un café mobile vendant du café fin. Elle ne s'est jamais laissée démonter, même si plus d'un an s'est écoulé entre l'éclair de génie et le premier café au lait. « À chaque jour suffisait sa peine, j'apprenais quelle serait l'étape suivante et je la franchissais. »

Christine a découvert qu'elle était un succès dans son créneau du marché – les parents qui surveillent les enfants au parc. Son défi consiste maintenant à limiter ses affaires. Élevant ses enfants, elle est bien décidée à ce que son entreprise concoure à la réalisation de sa vie et non l'inverse. Par conséquent, quand elle songe à développer son entreprise, elle envisage des possibilités qui soutiennent sa conception de la vie, comme le franchisage de son Mobile Café.

« Je travaille environ six heures par jour pendant les fins de semaine. J'aime ne pas avoir de pancarte annonçant que le café mobile est ouvert de 9 h à 17 h, que les gens veulent du café ou non. Je reste sur les lieux pendant quelques heures, puis je rentre chez moi. »

Il n'est pas nécessaire de diriger des activités parfaitement rodées avec des stocks, un comptoir public et des employés pour avoir une entreprise légitime. Si vous vendez des fleurs au bord de la route ou concevez des sites Web chez vous, vous êtes propriétaire d'une entreprise. Peu importe si votre bureau est un ordinateur dans le coin d'une chambre ou si vos activités se limitent à un engagement à temps partiel.

Il sera avantageux pour les expertes-conseils et les personnes propriétaires d'entreprises dont les activités sont axées sur les chalets et les loisirs de traiter leur entreprise aussi sérieusement que le fait un chef de la direction d'une société. Aussi grande ou aussi petite que soit votre entreprise, vous y investissez du temps, de l'argent et un capital intellectuel pour la faire fonctionner.

La bonne nouvelle, c'est que vous pouvez adapter votre entreprise à vos besoins. Simplifiez-la ou compliquez-la à loisir. Mais, quelle que soit votre façon de voir les choses, tenez compte des conseils suivants.

En premier lieu, obtenez des renseignements financiers

Un des plus grands avantages de travailler chez soi est le fait de pouvoir déduire une portion de vos frais de subsistance. Prenez rendez-vous avec un comptable ou un conseiller financier qui vous expliquera quelle proportion de votre loyer, de votre hypothèque, de vos frais de services publics et d'automobile vous pouvez déclarer. Il peut aussi vous aider à établir un système de comptabilité simple.

Assurez-vous de parler de la TPS. Si vous gagnez plus de 30 000 \$ par an, vous devez obligatoirement la facturer à vos clients. Mais, si vous gagnez moins, vous pouvez choisir de vous en abstenir (selon la mise à jour de 2004). La facturation de la TPS procure l'avantage que vous pouvez aussi demander le remboursement de la TPS que vous payez pour les dépenses de votre entreprise – d'une boîte d'agrafes à un nouvel ordinateur portatif.

Établissez une identité et des comptes d'entreprise distincts

Si vous vivez avec d'autres personnes (notamment des adolescents), procurez-vous un téléphone commercial. Enregistrez un message professionnel dans votre boîte vocale et ne laissez personne d'autre répondre aux appels. Si vous ne voulez pas avoir deux lignes téléphoniques chez vous, servez-vous d'un téléphone cellulaire.

Faites une demande de carte de crédit à votre nom et utilisez-la uniquement pour les opérations commerciales. Cela vous permet de constituer un dossier de crédit et c'est une bonne façon de suivre et de consigner les opérations commerciales. Payez le solde complet de la carte de crédit tous les mois, à l'aide d'une ligne de crédit au besoin, pour éviter des taux d'intérêt élevés.

Ouvrez un compte de banque distinct pour l'entreprise. Utilisez-le pour déposer les chèques et payer toutes les dépenses de l'entreprise. Si vous remplissez les conditions exigées pour obtenir une ligne de crédit ou une protection contre les découverts, joignez-la à ce compte. Elle vous permettra de faire le pont entre l'envoi des factures et la réception des chèques. Vous pouvez également déduire du montant imposable tous les intérêts d'une ligne ou d'une carte de crédit que vous utilisez uniquement pour payer des dépenses de votre entreprise.

Ressources

- ▶ Starting a Home-Based Business: A Manual for Success à www.gov.bc.ca/sbed. Cliquez sur Reports and Publications.
- ▶ BAILEY, Maria T. The Women's Home-Based Business Book of Answers: 78 Important Questions Answered by Top Women Business Leaders, Roseville, Californie, 2001.
- ▶ YACCATO THOMAS, Johanne, JUBINVILLE, Paula. Raising Your Business: a Canadian Woman's Guide to Entrepreneurship, Prentice Hall Canada, 1998.

Songez à acheter votre propre adresse Internet comprenant le nom de votre entreprise. Cela vous donnera :

- ▶ une adresse électronique qui fera la promotion de votre entreprise,
- ▶ une adresse Internet dont on se souviendra pour votre futur site Web et
- ▶ une identité virtuelle qui demeurera identique même si vous changez de fournisseur de services.

Définissez votre marché



Janet Feirin
Arán Foods Inc.

À l'heure actuelle, l'entreprise de Janet Feirin est bien établie et cette dernière effectue encore une recherche de marché. « J'écoute les nouvelles et le dernier sujet en matière de santé est la nourriture sans acide gras trans, dit-elle. Il faut adapter son entreprise aux besoins de sa clientèle. »

Janet Feirin était une jeune mère de trois enfants. Elle était sensible au gluten et ne pouvait se procurer nulle part des produits sans blé. Elle a donc mis au point une gamme de recettes spéciales et lancé son entreprise.

« J'ai commencé par vendre du pain d'épeautre le dimanche au Marché fermier de Vancouver Est et, deux ou trois semaines plus tard, je vendais la totalité de ma production, dit-elle. Je me suis dit : bon, c'est mon marché-test. Si je peux vendre mes produits ici, il existe une base de clients. Et, s'il existe une base de clients, il est logique d'avoir pignon sur rue. »

Janet a commencé un plan d'entreprise. Mais, en 1998, il y avait peu d'informations sur les pains spéciaux et la clientèle sensible au gluten.

« Mon premier problème a été de trouver une façon de faire une recherche de marché sur quelque chose qui n'existait pas encore. Une façon de démontrer la croissance dans la branche d'activité a consisté à me reporter aux Pages jaunes des années antérieures. En 1995, elles ne comportaient même pas d'inscription pour les produits biologiques. En 1997, elles en présentaient à quatre emplacements. Et, en 1998, elles en présentaient à 11 emplacements. C'est ainsi que j'ai démontré la croissance qui s'est produite. »

Janet a créé un site Web afin que les gens qui cherchaient du pain sans blé puissent la trouver. Elle a aussi envoyé des brochures aux naturopathes, aux diététistes et aux nutritionnistes. « Je me suis assurée que les professionnels de la santé qui diagnostiquaient des intolérances alimentaires chez les gens avaient des informations sur mes produits. »

« Autrefois, il y avait seulement deux endroits à Vancouver qui vendaient des aliments organiques. Aujourd'hui, on peut en acheter chez Safeway. « Cela ne s'est pas produit du jour au lendemain... au fil des ans, les gens se sont mis à acheter des produits organiques et à investir dans leur alimentation. »

Chaque décision que vous prenez pour votre entreprise, de la conception, de la production et de l'établissement du prix de votre produit ou service à la façon dont vous choisissez de faire de la publicité, en passant par l'emplacement de votre magasin ou bureau, sera déterminée par deux questions : qui sont vos clients et que veulent-ils? Mieux vous savez qui sont vos clients, plus votre entreprise sera fructueuse. La recherche de marché consiste à apprendre à connaître votre service ou produit, vos clients potentiels, la concurrence et l'environnement de votre entreprise. Vous pouvez effectuer votre propre recherche ou embaucher des spécialistes en étude de marché.

Les renseignements obtenus de source directe sont rassemblés à l'aide de sondages formels et informels. Ils aident à déterminer ce que des clients potentiels pensent des produits ou des services que vous prévoyez offrir, ce qui leur plaît ou non dans ces produits ou services et combien ils paieraient ou s'ils traverseraient la ville afin de se les procurer.

Les renseignements obtenus de source indirecte comprennent les statistiques existantes sur votre branche d'activité et ses clients (comme l'emplacement géographique et la population), recueillies auprès de sources comme Statistique Canada, BC Stats, Small Business BC, les bibliothèques, les agences

gouvernementales et de développement économique, les bureaux locaux des Sociétés d'aide au développement des collectivités, les chambres de commerce, les universités et les publications. Il peut parfois s'avérer difficile d'obtenir les renseignements si vous effectuez une recherche sur de nouvelles branches d'activités ou faites affaire dans les régions rurales.

Votre étude de marché répondra à des questions clés comme les suivantes :

Quel est votre marché cible? Combien de clients potentiels avez-vous et quelles sont leurs habitudes? Vos clients potentiels sont-ils des hommes ou des femmes? Quels sont leur âge, leur race et leurs niveaux de revenu et d'études? Où vivent-ils? Qu'ont-ils en commun? Explorez chaque possibilité de clients potentiels.

Quel est le pouvoir d'achat de vos clients potentiels? Quelles sont leurs habitudes d'achat? Quel est leur revenu disponible? Combien dépensent-ils pour se procurer des produits ou des services semblables aux vôtres? Accordent-ils de l'importance aux économies ou au gain de temps? La commodité est-elle un point de décision pour eux?

Quel est le profil psychologique de vos clients? À quelles valeurs et qualités tiennent-ils? Sont-ils influencés par la modicité des prix ou des normes éthiques rigoureuses? Font-ils des achats impulsifs? Le bouche-à-oreille et la réputation auront-ils un effet sur eux?

Qui sont vos concurrents? Quels avantages ont vos concurrents en matière de marketing? Quels désavantages ont-ils? Existe-t-il des créneaux que vous pouvez remplir? Que pouvez-vous faire d'autre pour vos clients que la concurrence ne fait pas déjà?

À quels facteurs environnementaux faites-vous face? Existe-t-il des questions sociales ou économiques de grande envergure qui pourraient affecter votre entreprise? Par exemple, l'économie est-elle en expansion ou stagnante? La baisse ou la montée du dollar aura-t-elle des répercussions négatives sur votre entreprise? Votre marché cible a-t-il un certain âge? Que se passe-t-il quand vos clients se défont de votre produit avec l'âge?

Les informations que vous recueillez révéleront des tendances, des possibilités et des vulnérabilités. Vous pourriez devoir modifier la conception de votre produit ou service, ajuster votre prix, élargir votre territoire ou vendre une gamme plus large de produits. Ou, vous pourriez trouver que votre inspiration tombait pile.

Dans « The 80% Minority », Joanne Yaccato fait observer que 80 p. 100 de toutes les décisions des consommateurs sont prises ou fortement influencées par les femmes. Le fait de le savoir peut influencer le mode d'emballage, de distribution et de soutien que vous choisissez pour votre produit ou service.

Ressources

- ▶ Market Research for Small Business à www.biztown.ca.
- ▶ Small Business BC à www.smallbusinessbc.ca/research.
- ▶ E-business Connection à www.e-bc.ca.
- ▶ BC Stats à www.bcstats.gov.bc.ca.
- ▶ Statistique Canada à www.statcan.ca.
- ▶ Portail des affaires à <http://businessgateway.ca>.
- ▶ Guide Strategis « Recherche de marchés » <http://strategis.gc.ca>.

Établissez votre plan



Chanel Yang
L'amour du Vin
Winemaking

« Nous avons tout fait : nous avons acheté un plan de la ville et mis des points colorés dessus pour voir à quels endroits il n'y avait pas de magasin de ce genre. Nous sommes allés poser les questions de notre sondage aux gens dans un magasin d'alcools. Tout a été mis dans le plan d'entreprise. »

Quand Chanel Yang a présenté son plan d'entreprise de L'amour du Vin à un concours, elle souhaitait deux choses : remporter le prix de 1 000 \$ et avoir la chance de soumettre son plan à la critique de professionnels.

« Au départ, je pensais qu'un plan d'entreprise n'était guère important et que c'était simplement une formalité administrative. Mais, parce que nous voulions ouvrir un magasin de vinification et nous devons examiner le marché local, nous sommes allés dans les magasins de nos concurrents pour voir leurs forces et leurs faiblesses. Nous avons commencé à prendre des notes sur leur réputation, le personnel etc. afin de nous en souvenir. » Ces notes ont constitué le début du plan d'entreprise de L'amour du Vin.

Quand Chanel a enregistré le nom de son magasin, elle a remarqué la publicité du concours provincial annuel de plans d'entreprise de Small Business BC. Par la suite, elle s'est concentrée sur son marché cible, les besoins de ce marché, un plan de marketing et des emplacements possibles.

L'analyse de Chanel a révélé une possibilité inattendue – il existait un marché potentiel pour un service consistant à répondre aux besoins des connaisseurs qui faisaient leur propre vin parce qu'ils aimaient le procédé et le produit. Cette information a permis de déterminer que le magasin serait situé dans un quartier de classe moyenne ascendante.

Chanel a remporté le prix du concours, mais le véritable avantage de son travail a été qu'elle a obtenu un plan d'entreprise complet. « Je pense que nous avons gagné, parce que nous avons un plan A et un plan B et nous avons pensé à ce que nous pourrions faire si quelque chose ne fonctionnait pas, dit-elle. Notre plan d'entreprise était très détaillé et, maintenant que nous envisageons une expansion, j'examine de nouveau des sections de ce document. »

Si vous songez sérieusement à démarrer une entreprise, il faut commencer par élaborer un plan d'entreprise. Cet exercice vous aidera à définir les points forts et les points faibles de votre idée, vos ressources et votre situation. Le plan vous aidera à décider si vous devez mettre votre idée à exécution et à rester dans la bonne voie à mesure que votre entreprise se développera. De plus, si vous cherchez des fonds ou des investisseurs, il est essentiel que vous ayez un plan d'entreprise.

Vous pouvez embaucher quelqu'un pour l'ébauche de votre plan, mais, dans la mesure du possible, il vaut mieux que vous l'élaboriez vous-même pour vous familiariser avec tous les aspects de votre entreprise. Prenez le temps d'examiner plusieurs exemples de plans et servez-vous d'un des modèles offerts par voie électronique ou sur papier.

Un planificateur d'entreprise interactif en direct (voyez la section Ressources) peut vous aider à diviser la tâche en parties faciles à exécuter. Assurez-vous d'étudier les rapports financiers qu'il produira automatiquement pour apprendre comment ils fonctionnent ensemble et sont liés les uns aux autres. Vous devrez comprendre parfaitement ces rapports pour répondre plus tard aux questions des prêteurs et des investisseurs.

Un plan d'entreprise typique comprend :

Les renseignements sur l'entreprise : Ils indiquent le nom, les antécédents, la taille et le type d'activités (à la maison ou commerciales) de l'entreprise, sa structure juridique (entreprise individuelle, société de personnes ou société constituée en personne morale) et son emplacement. Voyez la section « Créez officiellement votre entreprise » à la page 14. Cette section décrit également vos intentions que vous pouvez exprimer sous forme de vision ou d'énoncé de mission.

Les renseignements sur le produit ou le service : Ils décrivent la nature de votre produit ou service, ses caractéristiques et ses avantages principaux, ainsi que ses avantages concurrentiels.

Le plan de gestion : Il décrit la structure du capital social et de la gestion de votre entreprise. Il comprend la répartition des responsabilités, votre curriculum vitae et celui des membres de votre équipe de gestion, ainsi que les informations pour communiquer avec les avocats, les banquiers ou les comptables.

L'étude et l'analyse du marché : Elles décrivent la nature et l'envergure du champ d'activité de votre entreprise, le potentiel de croissance, les frais et marges de profit courants, les tendances actuelles de votre projet ou service et ses perspectives pour l'avenir. Elles définissent les clients ou le marché cible potentiels (sexe, groupe d'intérêt, emplacement, niveau de revenu et tendances d'achat). Elles explorent les tendances du marché et les défis particuliers, dans différentes régions de la province, qui pourraient avoir des répercussions sur vos projets. Elles présentent une analyse des forces et des faiblesses de vos concurrents et indiquent comment vous soutenez la comparaison. Voyez la section « Définissez votre marché » à la page 7.

Le plan de marketing : Il décrit comment vous comptez présenter votre produit ou service à vos clients et la façon dont vous passerez le mot : publicité, salons professionnels, réseautage, bouche-à-oreille, etc. Il comprend la stratégie de prix, de vente et de distribution de votre produit ou service. Voyez la section « Faites de la publicité » à la page 23.

Le plan opérationnel : Il décrit où vous dirigerez votre entreprise (chez vous, dans un bureau, dans un entrepôt, etc.). Il présente la liste des permis, des licences et des assurances dont vous pourrez avoir besoin et des matériaux, de l'équipement et des fournisseurs. Il décrit votre plan pour la production, les stocks et la dotation en personnel, le cas échéant.

Les renseignements financiers : Ils analysent les coûts d'exploitation de l'entreprise et ses rentrées d'argent. Ils indiquent où vous comptez obtenir du financement et à quoi les fonds serviront. Ils comprennent les états financiers essentiels qui seront demandés pour des prêts ou par des investisseurs – les prévisions de trésorerie, le bilan initial, le revenu prévu et une analyse. Voyez la section « Trouvez les fonds » à la page 16.

L'analyse des risques : Elle indique comment des facteurs clés comme l'économie, de nouveaux concurrents, des problèmes avec les fournisseurs, des questions technologiques ou juridiques et le roulement du personnel – et même les tendances météorologiques – peuvent avoir des répercussions sur votre entreprise. Elle décrit comment vous gèrerez ces risques.

Le plan de mise en œuvre : Il présente un calendrier indiquant quand chaque étape sera terminée – l'étape du financement et celles consistant à trouver l'emplacement, à obtenir les permis et licences, à acquérir l'équipement, à embaucher le personnel et à lancer une campagne de marketing –, ainsi que les futures étapes importantes pour mesurer les progrès.

Votre plan d'entreprise vous aidera :

- ▶ à définir votre vision de l'entreprise;
- ▶ à déterminer la demande pour votre produit ou service;
- ▶ à décider comment fixer le prix de votre produit ou service;
- ▶ à éclaircir ce dont vous avez besoin dans un emplacement;
- ▶ à établir votre budget et à déterminer vos besoins financiers;
- ▶ à recenser les risques et ce que vous devrez faire à cet égard;
- ▶ à choisir une stratégie de marketing efficace.

À long terme, le plan d'entreprise vous aidera à établir la crédibilité de votre entreprise et à mesurer vos progrès.

Quelle est la structure de votre entreprise?

Constituez-vous :

- ▶ une entreprise individuelle?
- ▶ une société de personnes?
- ▶ une société en commandite?
ou
- ▶ une société en personne morale?

Le type d'entreprise que vous créez déterminera la façon dont vous gèrerez les comptes, les dossiers et bien d'autres éléments. Pour évaluer les avantages et les inconvénients de chaque possibilité, voyez les informations présentées sur le site Web www.smallbusinessbc.ca

Les éléments qui composent le plan d'entreprise varieront selon la nature de votre entreprise et, dans certains cas, selon les exigences du prêteur.

Il est possible que vous passiez des mois à rédiger votre plan d'entreprise, mais cela vaudra la peine. Commencez avec les informations que vous avez, puis complétez votre plan à mesure que vous acquerez davantage de connaissances. La rédaction du plan vous amènera à réfléchir à tous les aspects de l'exploitation de votre entreprise et contribuera grandement à la concrétisation de votre idée.

Ressources

Modèles

- ▶ Voyez « How to Write an Effective Business Plan » et « The Business Planning Process » sur le site Web de la Société des femmes entrepreneurs de la C.-B. à www.wes.bc.ca.
- ▶ Le Small Business BC's Interactive Business Planner, des exemples de plans d'entreprises et d'autres ressources sont à votre disposition à <http://smallbusinessbc.ca>. Suivez le lien « Small Business Guides » jusqu'à la page « Business Planning ».
- ▶ Voyez les « Start and Run Guides » à www.self-counsel.com.
- ▶ Les liens aux Sociétés d'aide au développement des collectivités à www.communityfutures.ca/links.index.
- ▶ « La voie du succès – Un guide de planification d'entreprise destiné aux femmes autochtones » est offert en français, en anglais et en inuktitut sur le site Web d'Affaires indiennes et du Nord Canada (AINC) à www.ainc-inac.gc.ca (voyez « Publications »). Pour obtenir des copies sur papier de ce guide, composez le numéro sans frais 1 800 567-9(604) (ATS pour les personnes sourdes au 1 866 553-0554) ou envoyez un courriel à infopubs@ainc-inac.gc.ca.
- ▶ Le site Web First Business, consacré aux entrepreneurs autochtones de la Colombie-Britannique, présente un atelier sur la planification et des exemples de plans d'entreprise basés sur les entreprises des membres des Premières nations (www.firstbusiness.ca).

Conseils sur les entreprises

- ▶ La Société des femmes entrepreneurs de la C.-B. offre gracieusement aux femmes des conseils sur les entreprises, y compris l'évaluation de plans d'entreprises. Téléphone : 1 800 643-7014.
- ▶ Small Business BC offre gratuitement un service consultatif pour l'élaboration des plans d'entreprises. Composez le numéro sans frais 1 800 667-2272 ((604) 775-5525 à Vancouver) ou envoyez un courriel à Askus@smallbusinessbc.ca.
- ▶ De nombreux établissements financiers offrent aux petites entreprises des services de conseils souvent adaptés aux besoins des femmes entrepreneurs, des jeunes entrepreneurs ou des entrepreneurs autochtones. Veuillez vous renseigner auprès de votre banque ou caisse populaire.

Créez officiellement votre entreprise

Votre plan d'entreprise terminé, vous êtes prête à franchir les étapes suivantes pour constituer officiellement et juridiquement votre entreprise. (Remarque : il faut payer des frais pour certains services.)

Choisissez le nom de votre entreprise et soumettez-le aux fins

d'approbation : C'est l'étape initiale de l'enregistrement d'une entreprise ou de sa constitution en personne morale. Pour obtenir les directives, visitez le site Web www.bcbusinessregistry.ca.

Enregistrez votre entreprise : Puis, enregistrez votre entreprise individuelle ou société de personnes ou constituez votre entreprise en personne morale. Pour obtenir les directives, visitez le site Web www.bcbusinessregistry.ca.

Procurez-vous un permis d'exploitation d'un commerce : Communiquez avec votre municipalité ou votre district pour obtenir un permis d'exploitation d'un commerce et vous assurer que vous remplissez les conditions stipulées dans les règlements d'affectation des sols et de zonage. Voyez la section « Municipalities » sur le site Web www.bcbusinessregistry.ca ou consultez la section des pages bleues dans votre annuaire téléphonique.

Choisissez et enregistrez un nom de domaine pour votre site Web (facultatif).

Inscrivez l'entreprise pour les taxes provinciales, dont la taxe de vente : Si vous achetez des produits pour la vente en gros ou au détail ou si vous fournissez des services taxables, faites une demande pour obtenir un certificat d'enregistrement pour la taxe pour les services sociaux. Pour obtenir les directives, visitez le site Web www.rev.gov.bc.ca/ctb ou téléphonez au 1 877 388-4440, au ((604)) 660-4524 à Vancouver ou au (250) 387-0636 à Victoria.

Obtenez un numéro d'entreprise fédéral (NE) : Il vous faut un numéro d'entreprise si vous savez une société constituée en personne morale, si vous faites de l'importation ou de l'exportation, si vous avez des employés ou si vous facturez la TPS. Pour obtenir les directives, visitez le site Web <http://portaildesaffaires.ca> ou téléphonez au 1 800 959-5525.

Inscrivez votre entreprise au Workers' Compensation Board (WCB) :

Si vous prévoyez embaucher des employés, vous avez besoin d'un NE (voyez ci-dessus) et devez vous inscrire au Workers' Compensation Board. Vous devriez également être bien renseignée sur les normes d'emploi. Si vous avez une société constituée en personne morale, vous devez l'inscrire WCB sur le site Web www.worksafebc.com.

Classez vos documents commerciaux : Vous aurez besoin d'un système ordonné de comptabilité et de classements des documents commerciaux et êtes tenue de conserver ces documents pendant au moins sept ans. Consultez la section Tenue de livres dans le « Guide pour les petites entreprises canadiennes » sur le site Web www.cra-arc.gc.ca.

Examinez les réglementations de la Colombie-Britannique : Consultez votre avocat ou conseiller commercial pour connaître les organismes de réglementation qui régissent votre entreprise et toute la législation pertinente.

Grâce au OneStop Business Registry, vous pouvez faire chez vous, à votre bureau ou à un des nombreux kiosques de OneStop les inscriptions et les transactions les plus courantes exigées des entreprises. Visitez le site Web www.bcbusinessregistry.ca ou téléphonez au 1 877 822-6727 (à Victoria, téléphonez au 370-0332).

À OneStop, vous trouverez des informations qui vous aideront à prendre vos décisions en matière d'inscription et à vous occuper des avis des changement d'adresse de votre entreprise. Vous pouvez vous inscrire pour :

- ▶ la TPS,
- ▶ les retenues à la source,
- ▶ l'impôt des sociétés,
- ▶ les importations et les exportations,
- ▶ les indemnisations des accidents du travail,
- ▶ la TVP,
- ▶ la taxe sur les chambres d'hôtel,
- ▶ le permis municipal d'exploitation d'une entreprise.



Trouvez les fonds



Karen Murphy
Express Gift Baskets Inc.

« Le démarrage et l'expansion d'une entreprise coûtent cher. Il a fallu que j'affecte des fonds au développement de notre site Web, à la conception d'un catalogue et au recrutement de personnel. J'ai dû donner l'impression que mon entreprise était une grande entreprise avant qu'elle en soit une. »

Il y a huit ans, Karen Murphy a eu besoin d'un petit prêt pour créer une entreprise chez elle. Trois ans plus tard, elle a déménagé dans un local. En 2002, elle a obtenu un troisième prêt pour couvrir ses frais d'expansion dans un local encore plus grand.

« Mon plan d'entreprise montrait une bonne perspective de croissance, mais la banque n'a pas cru que j'obtiendrais cette croissance. Je prévoyais des centaines de milliers de dollars. La banque regarde le résultat net de l'année précédente, alors que mon entreprise est en expansion. Je continue à considérer l'année suivante, quand j'ai obtenu des nouvelles sociétés clientes. »

Par conséquent, Karen s'est tournée vers d'autres prêteurs – la Société d'aide au développement des collectivités et la Société des femmes entrepreneurs de la C.-B. Elle a obtenu son premier prêt sans que cela provoque trop de remous prêt et s'est tournée de nouveau vers la Société des femmes entrepreneurs de la C.-B. pour des prêts d'expansion. « J'ai de bons antécédents avec cette organisation, dit-elle. J'ai réalisé chaque objectif, et mes états financiers ont augmenté tous les mois. »

« Le meilleur conseil que je peux donner à quelqu'un qui se lance dans les affaires, c'est de consacrer beaucoup de temps à la préparation de son plan d'entreprise. Assurez-vous que vos chiffres sont les plus concrets possibles. Mettez le plus d'informations que vous pouvez obtenir dans votre plan d'entreprise. »

Actuellement, Express Gift Baskets est un franc succès. Karen envoie des corbeilles dans le monde entier et même Oprah Winfrey a passé une commande en direct. En réalité, Karen s'attend à une expansion... mais, cette fois, elle espère la financer avec ses propres recettes.

Combien vous faut-il d'argent?

Quand vous déterminez combien d'argent il vous faudra, établissez le budget de l'entreprise et votre budget personnel. Puis, calculez quelles devront être les rentrées de l'entreprise pour couvrir les deux. Vous pouvez prendre un cours de gestion financière pour apprendre comment les finances de l'entreprise et les vôtres sont liées entre elles.

Soyez réaliste. Si vous sous-estimez vos frais et surestimez vos rentrées – une erreur que font couramment les entreprises en démarrage – vous aurez des problèmes presque immédiatement.

Vous devrez élaborer des états et des outils financiers clés (voyez la page suivante) et les comprendre, surtout si vous faites une demande de prêt. Vous pouvez les établir avec l'aide d'un comptable ou d'un aide-comptable ou utiliser les modèles de certaines ressources pour les plans d'entreprise. Pendant la première ou les deux premières années, vous devrez vous fonder sur des évaluations.

Outils financiers clés

État des résultats : Rapport sur le rendement qui indique combien vous comptez gagner (les rentrées) et les charges que vous encourez pendant une période spécifique. Il est habituellement élaboré avec un bilan.

Bilan : Rapport de la situation ou aperçu de la situation financière de votre entreprise à un moment donné, qui montre ce que l'entreprise possède (l'actif), ses dettes (le passif) et ce qu'il reste pour vous (capitaux propres).

État de l'évolution de la situation financière : État présentant le flux des encaissements et des décaissements de votre entreprise pendant une période spécifique. Il indique la date et la source de vos rentrées de fonds et ce que vous payerez avec ces fonds. C'est le tableau le plus réaliste de votre entreprise, car il indique combien d'argent vous aurez à votre disposition à n'importe quel moment pour poursuivre les activités de votre entreprise.

Analyse du point mort : Volume de ventes qu'il vous faut pour couvrir vos charges. Au point mort, votre entreprise n'a ni perte ni bénéfice.

Pour obtenir les fonds

Une fois votre plan d'entreprise et les états financiers terminés, vous aurez une idée claire du montant qu'il vous faut pour démarrer et exploiter votre entreprise pendant la première année, une année décisive.

La majorité des nouvelles entreprises démarrent avec une combinaison d'économies personnelles, d'investissements provenant d'amis et de membres de la famille, et de prêts. Interrogez des hommes et des femmes d'affaires sur leurs expériences et consultez un comptable, un aide-comptable ou un conseiller financier pour vous familiariser avec les types et sources de financement qui vous conviendront le mieux.

Protection contre les découverts : Protection contre les insuffisances de fonds dans le compte de votre entreprise jusqu'à concurrence d'une somme limite approuvée. Les intérêts portent uniquement sur le montant que vous empruntez et les taux sont concurrentiels. Des frais d'administration mensuels sont généralement en vigueur.

Cartes de crédit : Personnelles ou pour les petites entreprises, elles fournissent des prêts à court terme pour de petits achats et peuvent être approuvées avec peu ou rien en garantie. Leurs taux d'intérêt sont généralement plus élevés que ceux des prêts traditionnels, mais vous ne payez aucun intérêt si vous payez le solde tous les mois. Faites attention, si vous ne pouvez pas régler le solde impayé, les frais d'intérêt s'accumuleront rapidement.

Ligne de crédit d'exploitation : Prêt avec une limite établie, dont vous pouvez vous servir au besoin. Les taux d'intérêt sont plus faibles que ceux de la plupart des cartes de crédit et de certains prêts et les intérêts ne sont appliqués qu'au solde impayé. Vous n'avez pas à payer de sommes fixes en dehors du tarif et des intérêts mensuels, ce qui signifie que vous pouvez rembourser le prêt à mesure que vous pouvez vous le permettre. Cette ligne de crédit est généralement garantie par votre maison ou d'autres biens.

En général, il existe deux sources de fonds :

- ▶ l'investissement (financement par actions) fourni par des gens qui s'attendent à participer aux bénéfices éventuels de votre entreprise;
- ▶ le financement par emprunt (prêt) fourni par des gens ou des institutions qui s'attendent à se faire rembourser leur argent plus les intérêts selon un calendrier établi.

Que signifient ces termes?

Nantissement ou garantie :

Propriété ou bien que vous donnez en garantie à l'emprunteur jusqu'à ce que le prêt soit remboursé, c.-à-d. valeur nette de votre maison, voiture, économies ou équipement.

Actif : Tous les articles de valeur que possède votre entreprise, c.-à-d. argent comptant, capital-actions, équipement, stocks ou fond commercial.

Passif : Argent que votre entreprise doit à d'autres parties, parmi lesquelles peuvent figurer les fournisseurs, les prêteurs et les employés.

Capitaux propres : La valeur de votre entreprise avec le passif déduit de l'actif. Les capitaux propres réfèrent aussi à la participation financière des actionnaires dans votre entreprise.

Crédit : Dispositions de remboursement entre votre entreprise et vos prêteurs et fournisseurs, et montants maximaux qu'ils vous accorderont.

Cote de crédit : Vos antécédents en ce qui a trait au remboursement de prêts, de cartes de crédit et de vos autres obligations financières selon les délais impartis.

Prêts à terme : Prêts à plus long terme, qui servent pour l'achat d'articles plus coûteux comme des biens d'équipement, des biens immobiliers ou des rénovations. Avec leurs paiements mensuels établis, ils sont faciles à prévoir dans le budget. Le prêteur vous demandera une garantie pour le prêt (valeur nette de votre maison, argent comptant, équipement, etc.). Recherchez les taux d'intérêt les plus concurrentiels pour les prêts à terme. Si vous ne faites pas un paiement, le prêteur a le droit d'exiger que vous le remboursiez immédiatement.

Investisseurs en actions : Fournissent des fonds en échange d'une part de la propriété de votre entreprise, de capitaux propres ou simplement du remboursement de leur investissement. Ils peuvent être publics ou privés et sont souvent des membres de la famille ou des proches. Pour cette raison, les intérêts sont souvent insignifiants ou inexistantes. Toutefois, emprunter de l'argent à des amis ou à des membres de la famille peut parfois rendre les relations tendues. Les investisseurs en actions publics considèrent généralement des investissements énormes procurant des rendements importants.

Capital de risque : Capital provenant d'un groupe d'investisseurs qui cherchent à obtenir un rendement élevé. Bien que ces investisseurs s'intéressent habituellement à des sociétés établies de longue date, ils considéreront des entreprises en démarrage si le potentiel est bon. Ils recherchent habituellement un taux de rendement très élevé.

Investisseurs providentiels : Investisseurs qui cherchent des investissements à risque élevé avec un bon potentiel de croissance. Difficiles à trouver, ils sont généralement attirés par des sociétés à caractère technologique et imposent souvent des conditions très spécifiques qui doivent être remplies. Les investisseurs providentiels s'intéressent généralement à des investissements à long terme très rentables.

Contributions : Ne doivent pas être remboursées. Les critères sont habituellement très précis et la procédure de demande peut être longue et demander du temps. Les contributions sont davantage à la disposition des industries spécialisées et de haute technologie.

Votre cote de crédit

Si vous avez des antécédents limités ou de mauvais antécédents en matière de crédit, vous risquez de ne pas pouvoir obtenir un prêt sans un cosignataire. Plusieurs femmes ont des antécédents insuffisants en matière de crédit, car les hypothèques et les prêts sont au nom de leur partenaire ou elles ont toujours utilisé de l'argent comptant – au lieu de dettes – pour payer leurs achats.

Ressources

- ▶ Pour vérifier votre cote de crédit, vous pouvez téléphoner à Equifax Canada, au 1 800 465-7166 et demander une évaluation de crédit gratuite ou visiter le site Web www.equifax.com/EFX_Canada/consumer_information_centre.

Budgets et tenue des livres

- ▶ LIM, Sylvia S, CFP, CGA. Simply Essential Personal Budgeting, Self-Counsel Press, 2002.
- ▶ THOMAS YACCATO, Joanne. Balancing act: a Canadian woman's financial success guide (révisé et mis à jour), Penguin, 2003.
- ▶ « Tenue des livres de base » du Centre de services aux entreprises du Canada, à www.rcsec.org. Sélectionnez « Thèmes d'affaires populaires », puis « Gestion générale ».
- ▶ MOHR, Angie. Bookkeepers' Boot Camp: Get a Grip on Accounting Basics, Self-Counsel Press, 2003.
- ▶ « Financial Understanding for Small Business », guide d'auto-apprentissage, à www.bbtb.ca.

Financement

- ▶ Programme de prêts de la Société des femmes entrepreneurs de la C.-B., à www.wes.bc.ca. Sélectionnez « Financing ».
- ▶ Small Business BC, à www.smallbusinessbc.ca/financing.
- ▶ Programmes du ministère des Petites entreprises et du Développement économique, destinés aux petites entreprises pour les aider à accéder à des capitaux, au site Web www.equitycapital.gov.bc.ca ou au téléphone à 1 800 665-6597.
- ▶ Diversification de l'économie de l'Ouest canada, à www.deo.gc.ca. Sélectionnez « Manuels et outils pour les entreprises », puis « Programmes de financement pour les petites entreprises ».
- ▶ First Citizens Fund – Business Loan Program & Business Loan Aftercare Program, à www.mcaaws.gov.bc.ca/fcfund ou au 250 356-5276.
- ▶ Site Strategis d'Industrie Canada, à www.strategis.gc.ca (voyez Soutien à l'entreprise, financement).
- ▶ Banque de développement du Canada, à www.bdc.ca.
- ▶ Programme de prêts CAP pour les personnes handicapées, à www.deo.gc.ca/finance/programs/microABLED_f.asp.
- ▶ Fonds d'intégration pour les personnes handicapées, www.rhdcc.gc.ca. Sélectionnez « Particuliers », puis « Personnes handicapées ».
- ▶ Community Futures Development Corporation Growthstart Fund, à www.communityfutures.ca. Sélectionnez « Colombie-Britannique ».

Sources de financement

Institutions financières :

Banques à charte, caisses populaires et sociétés de fiducie.

Programmes de prêts sous l'égide du gouvernement :

Prêts de développement régional industriel et économique et prêts pour les populations spécifiques.

Sources de capitaux privés:

Y compris les investisseurs providentiels (voir la page 18).

Sociétés : Plusieurs sociétés offrent des subventions ou des prix aux entrepreneurs.

Contributions et crédits

d'impôt : Ils peuvent aider à réduire les charges d'exploitation de votre entreprise.

Mettez-vous au courant



**Deirdre Campbell
Tartan PR**

« On pense réellement qu'on ne veut pas manquer à ses obligations envers soi-même ou envers son mentor. Mais, c'est une pression très positive qui n'a rien de négatif. »

Lorsque Deirdre Campbell a quitté son poste dans une agence de relations publiques de Victoria, elle s'attendait à entrer dans une autre agence de la ville. Mais, son mentor, un collègue de longue date, lui a suggéré autre chose.

« Il m'a dit que, au lieu de me replonger immédiatement dans une situation similaire, je devrais profiter de ce revers pour me rétablir et passer à l'échelon supérieur. Il a ajouté que c'était le meilleur moment pour tenter de démarrer ma propre entreprise, car je pourrais toujours retourner là où j'étais auparavant. Il avait raison. »

Grâce à son mentor, Deirdre a ouvert Tartan PR avec une partenaire. Elles se sont fait un créneau dans les relations publiques dans le domaine touristique et ne l'ont jamais regretté.

Selon Deirdre : « Le défi consiste à choisir une personne qui vous donne fortement l'impression qu'elle a quelque chose à vous apprendre et qu'elle ne vous laissera pas vous en tirer facilement, une personne qui vous dira < Je sais que tu peux faire cela et je ne veux pas t'entendre te plaindre >. Il est aussi très important de trouver quelqu'un qui vous stimulera sans vous dire quoi faire. Mon mentor ne s'est jamais mis trop en avant. Il fait une suggestion et je prends une décision quand je suis prête à le faire. »

Deirdre est elle-même un mentor actuellement et prend son rôle au sérieux. Mais, elle dit qu'il est crucial que les gens prennent en main leur propre réussite. « Je leur consacre volontiers du temps, mais ils doivent m'appeler et ne pas attendre que je les appelle. Je ne pense pas à eux tout le temps, car moi aussi je suis occupée. »

Apprenez des meilleurs

Si vous entrez pour la première fois dans le monde des affaires, trouvez un mentor. Une telle personne peut être une source de conseils, d'opinions et d'encouragements précieux qui vous aideront à faire un choix éclairé, chemin faisant. Dans la mesure du possible, travaillez aux côtés d'un autre propriétaire d'entreprise dans le même champ d'activité pour acquérir de l'expérience.

Votre mentor ne doit pas nécessairement travailler dans le même secteur que le vôtre, mais avoir davantage d'expérience. Les mentors peuvent être une source d'enseignements extrêmement utiles en vous faisant penser à des choses qui pourraient ne vous être jamais venues à l'esprit. Ils peuvent parler du processus de la mise sur pied d'une entreprise, des tendances du secteur d'activité, des difficultés administratives, des stratégies de marketing et du travail qui est profitable et de celui qui ne l'est pas.

Ne confondez pas le mentorat et les conseils professionnels gratuits. Par exemple, ne demandez pas à un conseiller en marketing de vous aider à créer votre site Web. Demandez-lui plutôt de vous conseiller sur les caractéristiques à rechercher chez une personne que l'on embauche pour exécuter cette tâche.

N'ayez pas peur de poser des questions. Vous serez surprise de voir combien de personnes sont disposées à prêter leur aide. De nombreux mentors veulent donner à leur secteur d'activité ou à leur communauté une contribution ou une contrepartie pour les bienfaits reçus ou bien aider une personne qu'ils respectent.

En tant que propriétaire d'une entreprise, vous êtes tenue de tout savoir... même si ce n'est pas le cas. Sans pouvoir être experte en tout, vous devriez tenter de combler vos lacunes avec l'aide d'un mentor, en acquérant directement de l'expérience et en prenant plusieurs cours.

Si vous apprenez trois choses seulement...

Rafraîchissez vos notions sur des sujets qui s'appliquent à votre champ d'activité et à votre entreprise afin de pouvoir prendre des décisions éclairées. Vous devriez également vous renseigner le plus possible, d'une manière raisonnable, sur les principales difficultés auxquelles la plupart des entrepreneurs font face, notamment dans trois domaines considérés comme des sources de succès ou de revers :

La gestion financière : Même si vous avez un bon comptable, faites l'effort d'apprendre comment estimer correctement les charges et les rentrées, gérer adéquatement l'approvisionnement et les stocks, le paiement et le recouvrement, l'établissement du budget et le suivi budgétaire. Vous avez beaucoup investi dans cette entreprise : assurez-vous de comprendre ce que vous disent les colonnes des rentrées et des charges.

La gestion d'une entreprise : Plusieurs entreprises stagnent et manquent le coche, tandis que d'autres se développent tellement vite qu'elles explosent. Vous devriez comprendre et mettre en pratique les théories essentielles de la gestion de la croissance et de la planification stratégique afin que votre entreprise ne s'épuise pas.

Le marketing : Quand vous avez un produit ou un service à vendre, il est crucial que vous connaissiez votre marché à fond. Cela signifie, entre autres, apprendre comment reconnaître et atteindre vos clients potentiels et obtenir des renseignements sur la concurrence. Les établissements d'enseignement, les collèges communautaires, les associations d'entreprises et les agences gouvernementales de développement communautaires offrent des cours sur pratiquement tous les sujets. Vous trouverez des cours classés par sujets sur le site Web www.achievebc.ca/cpt/programbysubject.html.

Suggestions pour trouver un mentor ou un programme de mentorat

- ▶ Adressez-vous à des membres de la famille et à des amis qui sont dans les affaires, à la retraite ou qui ont des relations d'affaires;
- ▶ Visitez les sites Web des associations professionnelles ou d'entreprises;
- ▶ Consultez les publications professionnelles et spécialisées de votre communauté pour trouver des gens d'affaires respectés;
- ▶ Joignez-vous à la division locale d'une association professionnelle de votre secteur d'activité ou à une organisation de réseautage de femmes entrepreneurs;
- ▶ Adressez-vous à votre chambre de commerce locale.

Ressources

- ▶ Les programmes de formation et de mentorat de Business Beyond the Box, à www.bbtb.ca.
- ▶ Les liens d'Industrie Canada, à <http://strategis.gc.ca>, aux ressources de mentorat : sélectionnez Soutien à l'entreprise, puis Gérer pour réussir en affaires et Outils d'affaires.
- ▶ Les ressources de formation d'e-BC, à www.e-bc.ca.
- ▶ Le site Web du Forum for Women Entrepreneurs en Colombie-Britannique, à www.fwe.ca, qui présente des informations sur les ressources de formation, de mentorat et de réseautage.
- ▶ Le Répertoire du mentorat et de l'encadrement, sur le site Web www.peer.ca ou au téléphone, au 1 800 567-3700 (595-3503 à Victoria). Site Web en français et en anglais.
- ▶ Les liens à la formation et aux programmes de mentorat de La Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs, à www.cybf.ca et à www.onlinementoring.ca.
- ▶ Les liens à la formation et aux programmes de mentorat de La Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs, à www.cybf.ca et à www.stepaheadonline.com.
- ▶ La Minerva Foundation, à www.theminervafoundation.com ou au ((604)) 683-7635.

Faites de la publicité



**Amber Murphy
Purple Dragon
International Karate
Jiu Jitsu Association**

« La partie la plus importante de ma stratégie de marketing est de maintenir la qualité dans mon école. Je trouve que le marketing de bouche-à-oreille est la meilleure publicité quand elle est faite par des élèves enthousiasmés par leur programme. »

Sensei Amber Murphy a commencé à étudier les arts martiaux à 16 ans. À 25 ans, elle est maintenant propriétaire de sa propre école à Vancouver, une franchise de l'Association internationale de karaté jiu-jitsu Purple Dragon.

Elle dirigeait bénévolement l'école quand celle-ci exerçait ses activités dans un centre communautaire, mais elle a décidé qu'il était temps qu'elle commence sa carrière. Après avoir beaucoup travaillé à l'élaboration de son plan d'entreprise, elle a demandé un prêt à La Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs. Elle a cherché un local, l'a trouvé à Kitsilano et a ouvert à plein temps son école d'arts martiaux. Amber a choisi ce local, car c'était le meilleur emplacement qu'elle avait vu. Mais, il s'est avéré qu'il y avait aussi beaucoup d'écoles dans le voisinage et elles sont devenues le soutien principal de sa stratégie de marketing. Elle attire les élèves à Purple Dragon en organisant des activités comme des championnats de mini-slam, des camps d'entraînement de karaté et en faisant des démonstrations dans les festivals de la communauté.

Elle se vend aussi comme un modèle de comportement jeune et plein d'énergie. « Je fais la promotion de mes réalisations, comme le fait que je sois la première Canadienne ceinture noire dans le Système Don Jitsu Ryu et la première Canadienne Sensei dans ce style d'arts martiaux. »

Amber a un autre avantage en matière de marketing. Il y a très peu de monitrices d'arts martiaux détenant une ceinture noire qui dirigent leur propre école et cela attire l'attention.

« Les gens arrivent à la Purple Dragon Academy pour de nombreuses raisons différentes : notre réputation internationale de premier ordre, l'autodéfense, pour acquérir plus d'assurance ou être plus en forme. Il règne une ambiance familiale dans l'école et je crois que cela plaît aux gens. »

Votre recherche de marché est la base de votre plan d'entreprise. Elle déterminera comment vous livrerez votre produit ou service, comment vous vous présenterez (votre image de marque), les messages qui entraîneront les meilleures réactions chez vos clients et où vous devriez concentrer vos efforts publicitaires et promotionnels pour obtenir la meilleure réaction.

Il existe des centaines de moyens de dépenser son budget de publicité, du publi-postage direct, des campagnes de courriels et des salons professionnels à la publicité traditionnelle à la radio, à la télévision, dans les journaux et les magazines. Quel que soit le moyen que vous choisissiez, embauchez quelqu'un, si vous pouvez vous le permettre, qui vous aidera à élaborer le matériel de soutien, le logo, l'emballage, les publicités et les messages de vente.

Une méthode éprouvée...

Le réseautage demeure une des meilleures formules de marketing. La bonne nouvelle, c'est qu'il peut ne pas être plus formel que « voir et être vue » à des activités communautaires, dans des groupes de réseautage et à des réunions sociales ou d'associations industrielles. Le réseautage est un excellent moyen d'exploiter les avantages du « bouche-à-oreille ». Les gens apprendront à vous connaître, se souviendront de vous et référeront vos services à d'autres personnes.

... une méthode relativement nouvelle

Par ailleurs, un site Web donne de bons résultats à titre de publicité, d'abrégié et de vitrine virtuelle de vos produits et services ou de mode de vente. Investissez des fonds dans les services d'une société de conception de sites Web pour obtenir un site professionnel, attirant et convivial. Une telle société devrait offrir la programmation technique, des textes et du graphisme professionnels, la conception du contenu et les connaissances de marketing qu'il vous faut pour votre site Web.

Si vous voulez que votre entreprise soit réellement présente sur Internet, vous devez également faire de la publicité de votre site Web et cela comprend le paiement de services « d'ensemencement sur Internet ». Cela vous mettra sur la liste des principaux moteurs recherche, comme Google et Yahoo, et permettra aux clients de trouver votre site en tapant des mots clés. Tout le processus peut prendre du temps, mais il est essentiel pour garantir l'efficacité et la puissance du moyen de marketing qu'est votre site Web.

... ou de nouveaux horizons

Un autre moyen d'élargir votre base de clients consiste à exporter votre produit ou service au-delà de nos frontières. Les nouvelles technologies rendent ce moyen particulièrement attirant pour l'industrie du savoir.

Les « quatre éléments » du marketing

Les plans de marketing sont mis en œuvre avec :

- ▶ le produit ou le service : la façon dont il est conçu pour répondre aux besoins de la clientèle;
- ▶ l'établissement du prix, relativement à la concurrence, aux réglementations et à la rentabilité;
- ▶ l'emplacement et les moyens de distribution;
- ▶ la promotion, la publicité et la vente.

Ressources

- ▶ Ressources de marketing et de réseautage à www.bbtb.ca et à www.smallbusinessbc.ca.
- ▶ WITHERS, Jean, VIPPERMAN, Carol. Marketing Your Service, 4e édition, International Self-Counsel Press, 2003.
- ▶ Publication canadienne hebdomadaire en direct à www.marketingmag.ca.

Ressources sur l'exportation

- ▶ Les femmes d'affaires et le commerce, à www.dfait-maeci.gc.ca/businesswomen.
- ▶ Exportation et développement Canada à www.edc.ca et à www.exportsource.ca.
- ▶ Développement du commerce international d'Équipe Canada à www.teamcanada.gc.ca.
- ▶ KAUTZ, Gerhard. Exporting from Canada, International Self-Counsel Press, 2002.

Trouvez un juste milieu



Deborah Vandenakker
Fresh Design

« J'ai un équilibre travail-vie personnelle et je suis consciente du fait que c'est quelque chose que je dois m'appliquer à respecter. Il est important pour le succès de mon entreprise que je réalise cet équilibre; c'est une priorité. »

Deborah Vandenakker tient absolument à équilibrer son travail et sa vie. Elle trouve le temps de voir ses amis et de se tenir en forme. Elle a adopté récemment Stanley, un chien qui l'éloigne de son ordinateur pendant des promenades régulières l'après-midi.

Son entreprise de graphisme Fresh Design n'existe que depuis deux ans et est encore à un stade précoce. Quand la demande de travail est à son maximum, il est facile de se laisser aller à faire de longues journées de travail jour après jour, surtout si, comme Deborah, on travaille chez soi.

« J'essaie de ne pas travailler pendant les fins de semaine et je trouve plus particulièrement du temps pour mes amis et ma famille, dit-elle. J'ai la réputation d'être une < personne qui reçoit > et, quand j'ai démarré mon entreprise, j'y consacrais tant de temps que je n'invitais pas autant de gens chez moi et que je ne lançais pas autant d'invitations à souper. Par conséquent, j'ai commencé à organiser des < soupers d'appréciation de mes amis >, où je fais la cuisine pour tout le monde. J'ai aussi une < fin de semaine pour Deb > où je me concentre sur ce que je veux faire. »

Son autre stratégie a consisté à fusionner de façon homogène son travail et sa maison. Bien qu'elle ait des pièces distinctes pour son bureau et son studio, elle travaille dans toute la maison – en utilisant même le salon pour les réunions avec ses clients.

« Je savais que je devais créer l'image de marque de Fresh Design aussi chez moi, alors j'ai peint les murs en blanc, en bleu ciel et en vert. Quand les clients entrent, ils ont l'impression d'être dans le bureau de Fresh Design, mais cette pièce est aussi mon salon. J'aime les lieux dans lesquels je vis et j'ai créé ce que je veux. »

Tenter de trouver un juste milieu entre une entreprise prospère et une vie heureuse chez soi est un des plus grands défis auxquels font face les propriétaires d'entreprises. Cela est particulièrement vrai pendant les premières années de l'entreprise, où celle-ci accapare tant de temps et ne s'est pas encore installée dans une routine et un rythme de travail.

Au démarrage, passez un peu de temps à vous demander où vous voulez fixer vos limites. Soyez prête à faire des choix réfléchis pour ce qui est des compromis ou du temps et de l'énergie que vous êtes prête à investir pour créer votre entreprise.

Il s'agit encore de relations : La sensation d'être bien dans votre peau dépend de la force de toutes vos relations – avec les clients, les employés, les partenaires, la famille, les amis et la communauté. Songez à la façon dont le temps consacré à votre entreprise et les répercussions financières qu'elle entraînera affectera votre entourage. Songez à la manière dont les besoins de l'entreprise influenceront votre famille et dont le temps consacré à votre famille affecteront votre entreprise. Si vous vivez dans une petite communauté, préparez-vous à une ingérence possible dans votre vie privée et à avoir plus de relations publiques avec des résidents et des amis de longue date.

Trop, c'est trop : La direction d'une entreprise exigera beaucoup de temps de votre part et vous finirez probablement par jongler pour concilier vos contraintes familiales, les vacances et le temps libre. Même s'il peut vous sembler que la charge de travail n'arrêtera jamais, vous pouvez fixer des limites. Soyez ouverte à l'idée d'embaucher quelqu'un pour vous décharger. Déterminez le temps que vous êtes prête à sacrifier pour votre entreprise. Fixez-vous des limites et créez votre plan en fonction de celles-ci.

Investissement financier : Affecterez-vous votre maison ou vos économies à la garantie de votre entreprise? Combien de temps devrez-vous attendre pour avoir des rentrées d'argent? Pourrez-vous tenir le coup? Posez-vous ce genre de questions au début afin de trouver des solutions longtemps avant qu'elles deviennent des problèmes pour toutes les personnes concernées. Communiquez avec la chambre de commerce locale pour vous renseigner sur les programmes d'avantages sociaux pour les petites entreprises. Adressez-vous à votre banque ou à un conseiller financier pour établir un compte d'épargne-retraite à prélèvement automatique.

Restez en bonne santé : Prendre le temps de manger sainement, rester active et se reposer suffisamment, c'est investir dans votre entreprise. Ne mettez pas de côté votre santé et votre bien-être. Vous devrez avoir un plan de circonstance pour les maladies, la grossesse, les soins des enfants et des membres âgés de la famille – sans mentionner un peu de détente et de repos préventifs.

Gérez votre plan d'équilibre travail-vie personnelle aussi rigoureusement que votre plan d'entreprise. Si occupée que vous soyez, n'oubliez pas de vous détacher de tout au moins une fois par an pour revoir votre plan et l'ajuster. Votre réussite – et votre bonheur – peuvent en dépendre.

Soins des enfants

Les parents peuvent chercher des garderies agréées pour enfants, à l'aide de leur code postal, sur le site Web

www.mcf.gov.bc.ca/childcare/parents.htm

Ressources

- ▶ Conciliation travail-vie et nouveaux défis dans les milieux de travail » à www.hrsdc.gc.ca. Sélectionnez « Entreprises » et « Le travail et les milieux de travail ».
- ▶ Songez à l'ergonomie en aménageant votre lieu de travail : cela vous aidera à éviter des problèmes physiques liés au travail comme le syndrome du canal carpien. Vous trouverez des conseils sur le site Web www.healthycomputing.com.
- ▶ MARTIN, Lisa., fondatrice et présidente d'une société située en Colombie-Britannique. Briefcase Moms: 10 Proven Practices to Balance Working Mothers' Lives, Briefcase Moms, 2004, à www.briefcasemoms.com.
- ▶ "JAFFE, Azriela. Honey, I Want to Start My Own Business: A Planning Guide for Couples, Harper Business Publications, 2000.

Colombie-Britannique

- ▶ La Société des femmes entrepreneurs de la C.-B. dessert les femmes entrepreneurs dans toute la Colombie-Britannique, à www.wes.bc.ca, à www.bbtb.ca ou au 1 800 643-7014.
- ▶ Small Business BC, www.smallbusinessbc.ca, téléphone : 1 800 667-2272 ((604) 775-5525 à Vancouver).
- ▶ OneStop BC offre des services aux entreprises en direct et dans ses kiosques dans toute la province. Visitez son site Web à www.bcbusinessregistry.ca. Téléphonnez au OneStop Help Desk au 1 877 822-6727 pour trouver le kiosque le plus près de chez vous.
- ▶ Pour trouver les programmes ou les ministères du gouvernement provincial, téléphonez à Enquiry BC, au 1 800 663-7867 (387-6121 à Victoria, ((604) 660-2421 à Vancouver). ATS pour les personnes sourdes, téléphonez au 1 800 661-8773 ((604) 775-0303 à Vancouver). Envoyez un courriel à EnquiryBC@gems3.gov.bc.ca.
- ▶ Chambre de commerce de la Colombie-Britannique à www.bcchamber.org.
- ▶ Bureau d'éthique commerciale du Canada : Mainland BC à www.bbbvan.org ou au (604) 682-2711; Île de Vancouver à www.bbbvanisland.org ou au (250) 386-6348.
- ▶ Le site Web Be Your Own Boss pour les entrepreneurs de Vancouver à www.beyourownboss.org.
- ▶ La maison d'édition International Self-Counsel Press – dont la propriétaire est une femme de Colombie-Britannique – offre un choix de guides pour le « démarrage et la direction » d'entreprises, entre autres, d'artisanat, d'édition, de guides touristiques, de chambres d'hôtes et de regrattier. Vous pouvez trouver ces guides dans la section « Business Books » du site Web de Self-Counsel Press à www.self-counsel.com et dans les bibliothèques publiques.

Canada

- ▶ Diversification de l'économie de l'Ouest Canada à www.deo.gc.ca.
- ▶ « Femme entrepreneur » sur le site Web de la Banque de développement du Canada à www.bdc.ca ou au 1 877 BDC-BANX (232-2269).
- ▶ Industrie Canada à www.ic.gc.ca.
- ▶ Informations du gouvernement sur les entreprises au Canada à <http://portaildesaffaires.ca>.
- ▶ Ressources aux entreprises à <http://strategis.ic.gc.ca>.
- ▶ Centre de services aux entreprises du Canada à <http://cbsc.org>.
- ▶ Sociétés d'aide au développement des collectivités à www.communityfutures.ca.

Pour obtenir de plus amples renseignements :

Pour les entrepreneurs des Premières nations

- ▶ First Citizens Fund à www.mcaws.gov.bc.ca/fcfund.
- ▶ First Business à www.firstbusiness.ca ou au 1 800 551-2276 et au (604) 775-6299.
- ▶ « Entrepreneur autochtone » sur le site Web de la Banque de développement du Canada à www.bdc.ca ou au 1 877 BDC-BANX (232-2269).
- ▶ Entrepreneurs autochtones au Canada à <http://abc-eac.ic.gc.ca>.
Téléphone : (604) 666-3871 en Colombie-Britannique.

Pour les entrepreneurs ethnoculturels :

- ▶ Société de développement économique de la Colombie-Britannique à www.sdecb.com. Téléphone : 1 877 732-3534 ((604) 732-3534 à Vancouver).
- ▶ Association des Chinoises entrepreneurs, 905 – 1788, rue Broadway ouest, Vancouver (C.-B.) V6J 1V1. Téléphone : (604) 222-9789.
- ▶ United Chinese Community Enrichment Services Society (SUCCESS), Business Development Centre à www.success.bc.ca (cliquez sur « Info Centre Ū »).
Téléphone : (604) 732-3278.
- ▶ Ethno Business Council of British Columbia à www.ethno.org.
Téléphone : (604) 687-6631. 1361, rue Robson, Vancouver (C.-B.) V6E 1C6.

Pour les jeunes entrepreneurs

- ▶ Young Entrepreneurs Association BC (YEABC) à www.yea.ca ou au 1-888-639-3222.
- ▶ « Jeune entrepreneur » sur le site Web de la Banque de développement du Canada à www.bdc.ca ou au 1 877 BDC-BANX (232-2269).
- ▶ La Fondation canadienne des jeunes entrepreneurs à www.cybf.ca.

Pour les entrepreneurs handicapés

- ▶ Ministry of Human Resources (MHR) Employment Program for Persons with Disabilities, www.mhr.gov.bc.ca (cliquez sur « Information for Persons with Disabilities »). Téléphonnez à Enquiry BC au 1 800 663-7867 (387-6121 à Victoria, (604) 660-2421 à Vancouver) pour savoir où « se trouve le bureau de MHR le plus proche de chez vous.
- ▶ Fonds d'intégration pour les personnes handicapées à www.hrsdc.gc.ca.
Téléphone : 1 800 206-7218.
- ▶ Entrepreneurs with Disabilities Network à www.communityfutures.ca.
- ▶ Guide pour les petites entreprises canadiennes de l'Agence du revenu du Canada, publication no RC4070 (F) Rév. 01, offert en Braille ou en gros caractères ou sur cassette ou sur disquette. Téléphone : 1 800 267-1267.

Pour en savoir davantage sur les femmes entrepreneurs :

- ▶ « Rapport de 2003 du Groupe de travail du premier ministre sur les femmes entrepreneurs ».
- ▶ « Best Practices for Women Entrepreneurs in Canada », mai 2004, la Foundation of Canadian Women Entrepreneurs en partenariat avec la Banque de développement du Canada.

Ces deux publications sont offertes en direct à www.bdc.ca. Sélectionnez « Femme entrepreneur », puis « Liens utiles » et « Information ».



BRITISH
COLUMBIA

En partenariat avec



Western Economic
Diversification Canada

Diversification de l'économie
de l'Ouest Canada