

**DOSSIER DE CANDIDATURE**

**Couveuse de commerces de Lorient**

**Candidat :** Prénom Nom

**Projet :** nom commercial

**Activité :**

# 1- LE CREATEUR

## L’état civil

Nom : Prénom :

Date de naissance : Lieu de naissance :

Adresse :

Complément d’adresse :

CP : Ville :

Tél : Portable :

Email :

N°Sécu : Nationalité :

Situation familiale : Nombre d’enfants à charge :

Profession du conjoint :

## La situation administrative

[ ]  Demandeur d’emploi

Depuis le : Identifiant Pôle Emploi : Agence Pôle Emploi :

[ ]  Retraité

[ ]  Etudiant

[ ]  Salarié

 [ ]  CDD [ ]  CDI

Précisez : [ ]  Temps complet [ ]  Temps partiel

Nombre d’heures par semaine :

Employeur :

[ ]  Artiste indépendant

[ ]  Bénéficiaire du RSA

Prescripteur :

## Le parcours professionnel

***Voir CV ci-joint.***

Vos expériences antérieures, vos études et formations continues sont-elles d’un apport important pour votre activité ? (justifiez)

Quels sont les éléments qui vous manquent pour mener à bien votre projet ? (compétences, connaissances, environnement, réseau…)

Avez-vous une expérience en tant que chef d'entreprise ?

Oui [ ]  Activité :

 Date début/fin d’activité :

 Durée de l’activité :

 Cause de cessation d'activité :

Non [ ]

## Les savoirs

Vos savoir-faire : (Qualités acquises pour l’activité…)

Vos savoir-être : (Qualités relationnelles, esprit d’équipe, mobilité, managériale…)

# 2 - Le projet

## Le Descriptif de projet

Donnez les grandes lignes du projet :

Comment est née l'idée du projet ? :

## Les produits et/ou les prestations

Enumérez les produits à vendre et/ou prestations de services proposées :

Quelles sont vos services associés ? Les services associés correspondent aux services annexes au produit ou service principal. Ils permettent de se différencier de la concurrence. (Ex : Service après-vente, Essai gratuit…)

Quel est le prix de vos produits et prestations ? : (Indiquer une grille tarifaire. Eventuellement, la joindre en annexe du dossier de candidature)

Comment avez-vous fixé votre prix de vente ? *(plusieurs choix possible)*

[ ]  en fonction des concurrents

[ ]  en fonction du coût de revient et de la marge souhaitée

[ ]  en fonction de la demande (par une étude du prix psychologique)

Quel est votre coût de revient des produits ou prestations ? Précisez le mode de calcul.

Quelle est la marge appliquée ? La marge est égale à la différence entre le montant des ventes de marchandises vendues et le coût d’achat de ces marchandises vendues.

Quels sont vos fournisseurs ? (Mettre en annexe : Noms, liste des tarifs, adresses, activités, délais de paiement, livraisons…)

## Les caractéristiques de l’entreprise

Secteur d'activité :

Structure juridique pressentie :

[ ]  Entreprise individuelle

[ ]  E.U.R.L

[ ]  S.A.R.L

[ ]  S.A

[ ]  Autre (à préciser)

Nombre de personnes qui sont ou qui seront impliquées dans le projet (associés ou partenaires):

Lieu du siège de votre future entreprise :

Date souhaitée pour le démarrage de l'entreprise :

# 3 - La réglementation

Existe-t-il une réglementation spécifique à votre activité ?

Non [ ]

Oui [ ]  Laquelle ? (Diplôme obligatoire, expérience professionnelle requise, normes...etc.)

Précisez :

# 4- Le marché

***« Une étude de marché »*** *est l’étude de l’exploitation de l’activité qui permet de vérifier la faisabilité du projet. Cette étude se base sur une collecte d’informations et l’analyse sur l’environnement, la clientèle potentielle, la concurrence et la commercialisation du projet.*

## La nature du marché

Quelles sont les opportunités et les menaces concernant votre environnement ? Quelles sont les facteurs environnementaux favorables ou défavorables à votre projet ?

|  |  |
| --- | --- |
| **Opportunités :** | **Menaces :** |
|  |  |

Sur votre secteur géographique, que pouvez-vous dire du marché ? (enquête personnelle, questionnaire, données chiffrées)

Quelle est votre zone de chalandise ? Elle représente la zone géographique où vous avez identifié votre clientèle potentielle.

Quel est l'intérêt de cette zone de chalandise pour votre activité ?

## La Clientèle potentielle

Quel est le profil de votre clientèle potentielle ? Précisez les catégories :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| [ ]  Particuliers | [ ]  Entreprises | [ ]  Collectivités |
| *CSP (Catégories Socioprofessionnelle) :**Age :**Particularités par rapport au projet :* | *Précisez.* | *Précisez.* |

Quelles sont les besoins de votre clientèle ? Précisez les comportements et motivations d’achats, ses habitudes et ses attentes satisfaites et surtout insatisfaites.

## Les Concurrents

Qui sont vos concurrents directs ? Combien en avez-vous ?

(= ceux qui ont une activité identique à la votre)

Qui sont vos concurrents indirects ? Combien en avez-vous ?

(= ceux qui ne font pas la même chose mais qui pourraient capter votre clientèle, ceux proposant un produit ou service différent mais répondant au même besoin)

Quel est le profil de vos principaux concurrents ?

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Concurrent 1Nom : | Concurrent 2Nom : | Concurrent 3Nom : |
| Date de début d’activité |  |  |  |
| Lieu  |  |  |  |
| Type de clientèle  |  |  |  |
| Stratégie de communication  |  |  |  |
| Actions commerciales |  |  |  |
| Niveau degamme  | [ ]  Haut de gamme [ ]  Milieu de gamme [ ]  Entrée de gamme | [ ]  Haut de gamme [ ]  Milieu de gamme [ ]  Entrée de gamme | [ ]  Haut de gamme [ ]  Milieu de gamme [ ]  Entrée de gamme |
| Prix moyen  |  |  |  |
| Données financières |  |  |  |

Remplissez le tableau comparatif :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Points forts** | **Points faibles** |
| **Concurrents directs** |  |  |
| **Concurrents indirects** |  |  |
| **Mon entreprise** *Quel est votre avantage concurrentiel ? Quelles sont les éléments de différenciation par rapport à la concurrence ?* |  |  |

Quel est votre positionnement par rapport à vos concurrents directs?

 Vous avez un prix,

 [ ]  d’écrémage ? (au dessus de vos concurrents)

 [ ]  d’alignement ? (sensiblement identique à vos concurrents)

 [ ]  de pénétration ? (inférieur à vos concurrents)

Votre niveau de gamme (la qualité de vos produits et services) est,

 [ ]  Haut de gamme

[ ]  Milieu de gamme

[ ]  Entrée de gamme

Développer votre positionnement si besoin :

# 5 - Le marketing

Quels sont vos outils de communication ? (cartes de visites, tracts, radio, presse... etc.)

Quelle stratégie commerciale allez-vous adopter ? (mailing, phoning, prise de contact en directe... etc.)

Quelle est votre argumentaire de vente? Quelles sont les performances du produit ou du service ?

Comment envisagez-vous le développement de votre activité ? (Développement de l’offre : produits écologiques, stratégie de distribution : ouverture de magasin…)

Avez-vous un réseau professionnel, des prescripteurs? (Structure ou individu recommandant votre entreprise, vos produits et/ou services)

Oui [ ]  Lesquels ?

Non [ ]

Comment comptez-vous le développer ?

# ANNEXES

Vous pouvez joindre en annexe, tous documents qui serviront à appuyer votre dossier de candidature : un book, des photos, des références de personnes avec qui vous avez travaillé, des lettres d’intentions, un questionnaire, une enquête…

*Les informations recueillies sont nécessaires pour votre adhésion.*

*Elles font l’objet d’un traitement informatique et sont destinées au secrétariat de l’association. En application des articles 39 et suivants de la loi du 6 janvier 1978 modifiée, vous bénéficiez d’un droit d’accès et de rectification aux informations qui vous concernent.*

*Si vous souhaitez exercer ce droit et obtenir communication des informations vous concernant, veuillez vous adresser au secrétariat de la Couveuse d’entreprises.*