

Projet DPP GIZ- TATS

FORMATION DES MICRO ENTREPRENEURS DE SYSTEMES PICO PHOTOVOLTAÏQUES



Design graphique: Hervé MOMO. (www.creativecameroun.com)

VOLET : ENTREPRENEURIAT

CAHIER DE L'APPRENANT

Version du 20/08/2013

Préparé par :
Dr Maxime KAMDEM KAMDEM
Patrice NOA NANG

Projet DPP GIZ- TATS

FORMATION DES MICRO ENTREPRENEURS DE SYSTEMES PICO PHOTOVOLTAÏQUES

Design graphique: Hervé MOMO. (www.creativecameroun.com)



VOLET : ENTREPRENEURIAT

CAHIER DE L'APPRENANT

Version du 20/08/2013

Préparé par :
Dr Maxime KAMDEM KAMDEM
Patrice NOA NANG

Présentation de la formation

Le présent module constitue le second volet de formation des techniciens spécialisés dans l'exploitation et la distribution des produits pico photovoltaïques en zone rurale africaine. L'objectif principal de ce module est d'approfondir les connaissances des apprenants sur les aspects entrepreneuriaux liés à la commercialisation des produits pico PV. Spécifiquement, il s'agit de leur fournir les outils nécessaires à :

- L'analyse du marché des systèmes pico photovoltaïques ;
- La gestion de sa micro entreprise à travers des outils comptables et financiers ;
- La fixation des prix, et des techniques permettent de mieux vendre ses lampes ;
- La réalisation d'un business plan propre aux produits pico photovoltaïques.

Ce module est scindé en cinq parties.

- La première partie intitulée connaissances générales, est consacrée à la présentation des concepts de bases, des principes fondamentaux et de la terminologie indispensable à la compréhension d'une entreprise et son environnement, d'un marché et de ses acteurs
- La deuxième partie intitulée outils de gestion d'une entreprise, traite des notions en rapport avec la gestion quotidienne d'une entreprise de commercialisation des produits pico photovoltaïques : gestion économique des stocks ; gestion comptable des stocks, journal des opérations.
- La troisième partie intitulé je fixe le prix de vente de mes lampes, présente les éléments à prendre en compte dans la fixation des prix des lanternes. Il s'agira précisément de calculer le prix de revient des lanternes en intégrant tous les coûts à prendre en compte. La détermination du prix de revient devra conduire à l'évaluation du prix de vente et du bénéfice de l'entrepreneur.
- La quatrième partie intitulée comment mieux vendre mes lampes, porte sur les techniques de commercialisation des lampes par les entrepreneurs. Il s'agit notamment de présenter les outils de prospection commerciale, la recherche des canaux et des circuits de distribution, ainsi que l'utilisation d'une force de vente.
- La cinquième partie intitulée mon business plan, est consacré aux techniques d'élaboration d'un plan d'affaire type pour les produits pico PV. Il présente les méthodes d'analyse des prévisions de la demande, le financement d'une activité de

systèmes pico PV, la détermination du besoin en fonds de roulement et l'évaluation de la rentabilité définitive de l'activité.

Le déroulement de la formation s'effectue de la manière suivante :

Durée : 18 H **Théorie** : 10 H **Pratique** : 6 H **Evaluation** : 2h

Première journée : Connaissances générales et outils de gestion

- Connaissances générales : 2H
- Outils de gestion : 2H
- Séance pratique 1 : 2H

Deuxième journée :

- Je fixe le prix de vente de mes lampes : 2H
- Comment mieux vendre mes lampes : 2H
- Séance pratique 2 : 2H

Troisième journée :

- Comment préparer mon business plan : 2H
- Séance pratique 3 : 2H
- Evaluation : 2H

MODULE 1 : CONNAISSANCES GENERALES

Objectifs spécifiques

Les compétences acquises permettront à l'apprenant de:

- Comprendre les notions générales liées à l'entreprise, ses fonctions et son environnement
- Se familiariser avec les concepts et notions en rapport avec l'entreprise, son environnement ; un marché et ses acteurs
- Faire l'analyse initiale d'un marché suivant l'optique de l'offre et de la demande

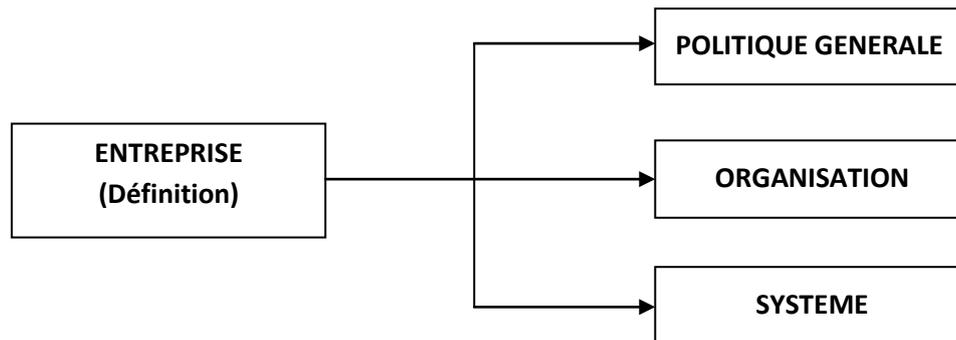
Notion abordée 1. L'entreprise et son environnement

1.1. Définition

Prise de note

L'entreprise est une entité économique, juridiquement autonome, organisée pour produire des biens et des services pour le marché.

De manière générale, une entreprise peut être définie suivant trois approches



- **Suivant sa politique générale** : entreprise nationale ; internationale ; mode de gestion
- **En tant qu'une organisation**, une entreprise regroupe les volets : économique (produits, technologies,...), financier (recettes, profits,...), juridique (statuts de l'entreprise) et humain (gestion du personnel,...)
- **En tant que système**, une entreprise peut se définir comme l'ensemble d'éléments avec lesquels elle est en interaction : clients, établissements de micro finance, banques, fournisseurs,...

Résumé à retenir

Notion abordée 1.2. Les différentes classifications des entreprises**Prise de note**

Les entreprises peuvent entre autre être classées selon : la nature juridique ; la nature de l'activité économique et leur importance.

- **Selon la nature juridique :**

- publiques,
- semi publiques
- privées

- **Selon la nature de l'activité économique :**

- Secteurs : primaire, secondaire, tertiaire
- Branches d'activités : commerce, agriculture, élevage,...
- Filières : lampes solaires ; avicole, piscicole,...

- **Selon leur importance : cas des Petites et Moyennes Entreprises au Cameroun**

La loi N° 2010/001 du 13 Avril 2010, portant promotion des PME au Cameroun en fait une catégorisation. Le tableau ci-dessous les présente en fonction de l'effectif et du chiffre d'affaires annuel.

Catégories	EFFECTIF			CHIFFRE D'AFFAIRES HORS TAXES		
	[0 – 5]	[6 – 20]	[21 – 100]	[0 – 15 millions]	[15 000 001 – 100 millions]	[100 000 001 – 1 milliard]
Très Petite Entreprise (TPE)	●			●		
Petite Entreprise (PE)		●			●	
Moyenne Entreprise (ME)			●			●

Résumé à retenir

Notion abordée**1.3. Le but d'une entreprise****Prise de note**

Le but d'une entreprise est de réaliser un profit sur son activité.

Toute personne qui crée une entreprise a pour objectif premier la rentabilité. Pour que l'activité soit rentable, je dois me fixer des objectifs. Un objectif est un résultat précis que l'on souhaite atteindre. Ces objectifs traduisent ainsi la finalité de l'entreprise.

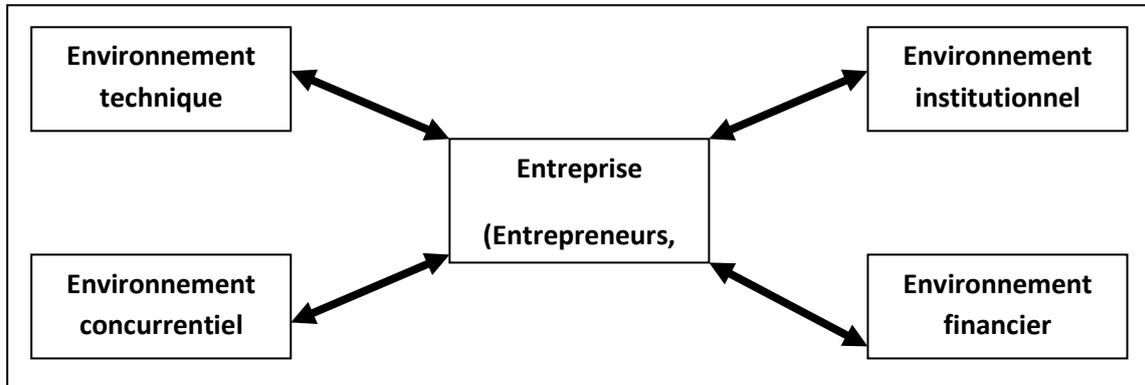
Différents objectifs que peut se fixer un entrepreneur : rentabilité ; profit ; part de marché ; qualité des produits vendus ; innovation,...

L'entrepreneur doit se fixer des objectifs Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes et Temporels (SMART).

Résumé à retenir

Prise de note

L'environnement de l'entreprise constitue tous les intervenants qui sont en relation avec l'entreprise : clients, fournisseurs, sous-traitants,...



- Environnement technique : clients actuels ou futurs (ceux qui ont déjà acheté des lampes chez moi, ou qui achèteront des lampes dans le futur), fournisseurs : ceux chez qui j'achète des lampes (TOTAL, Light4all, Schneider, Greenlight Planet,...).
- Environnement institutionnel : État (Agence d'Electrification Rurale, Fonds d'Energie Rurale), partenaires au développement (GIZ, SNV, Banque Mondiale...) ;...
- Environnement financier : ceux vers qui je m'oriente pour demander un crédit, pour déposer de l'argent issue de la vente de mes lampes ou pour payer mes fournisseurs. On peut citer entre autres : les banques, les établissements de micro finance, les agences de transfert d'argent et les opérateurs de téléphonie mobile.
- Environnement concurrentiel : Il s'agit de ceux qui vendent aussi des lampes comme moi.

Résumé à retenir

Prise de note

Un marché est le lieu de rencontre de l'offre et de la demande d'un produit, dans une zone géographique déterminée et pour une période précise.

Offre : micro entrepreneurs qui vendent des lampes

Demande : clients qui souhaitent acquérir une lampe

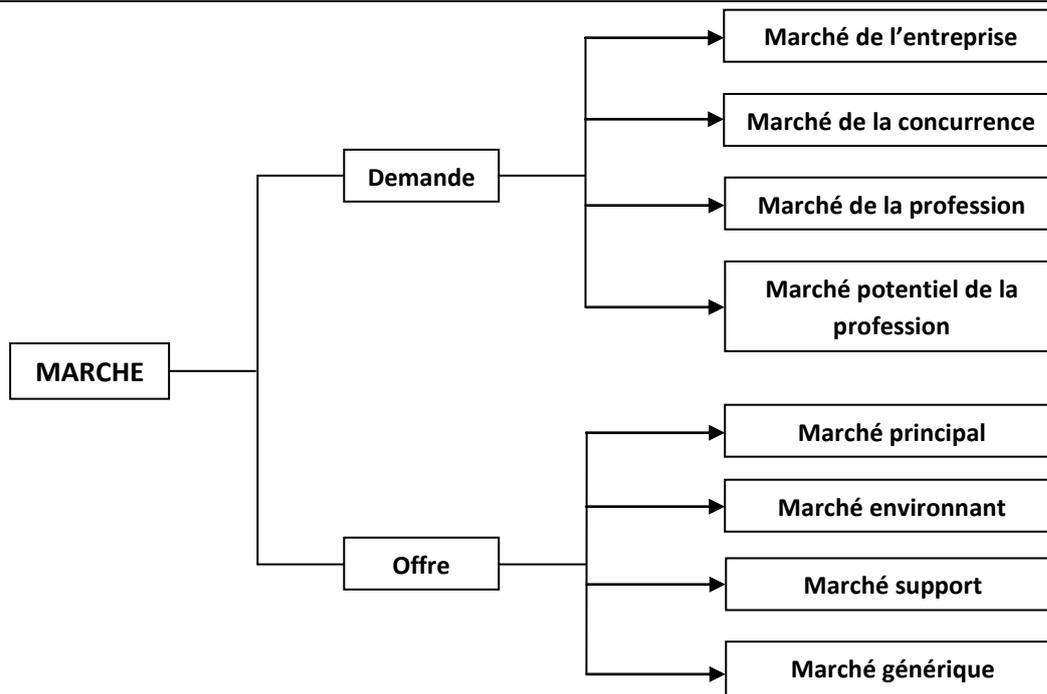
Produit : Lampe solaire

Zone géographique : village, commune,...

Période : jour, semaine, mois, trimestre, saison cacaoyère,...

Résumé à retenir

Prise de note

LE MARCHÉ DU POINT DE VUE DE LA DEMANDE

- **Le marché de l'entreprise** se compose des clients réguliers ou occasionnels. Pour l'entrepreneur FEUDJO par exemple, il s'agit des personnes qui achètent des produits pico PV de manière régulière ou occasionnelle dans son entreprise.
- **Le marché de la concurrence** est constitué des clients qui se procurent auprès d'autres fournisseurs, les produits qu'ils pourraient acheter dans l'entreprise. Pour l'entrepreneur FEUDJO, le marché de la concurrence dans la filière des lanternes solaires regroupe les clients qui s'approvisionnent auprès d'autres entrepreneurs, qui vendent les mêmes produits.
- **Le marché de la profession (marché actuel)** regroupe les clients de l'entreprise et ceux de la concurrence. Dans la filière des lanternes solaires, il s'agit de tous les clients de tous les entrepreneurs confondus.
- **Le marché potentiel de la profession**, correspond au marché de la profession augmenté des non consommateurs relatifs (NCR). Ces derniers sont ceux qui n'utilisent pas encore les produits pico pv, mais qui sont susceptibles de l'utiliser dans l'avenir. Il s'agit en effet des consommateurs potentiels.

On distingue aussi les non consommateurs absolus (NCA), qui sont ceux qui n'achèteront jamais les produits pico pv pour des raisons physiques, morales, culturelles,...

Un entrepreneur de systèmes pico PV résidant dans la localité de Mokolo par exemple, doit donc être capable d'évaluer son marché (ses clients réguliers et occasionnels) celui de ses concurrents (clients des autres entrepreneurs) ainsi que les clients qui ne disposent pas encore de produits, mais qui ont déjà manifesté leur volonté de disposer des produits (NCR) dans cette localité ou dans les localités environnantes.

Prise de note

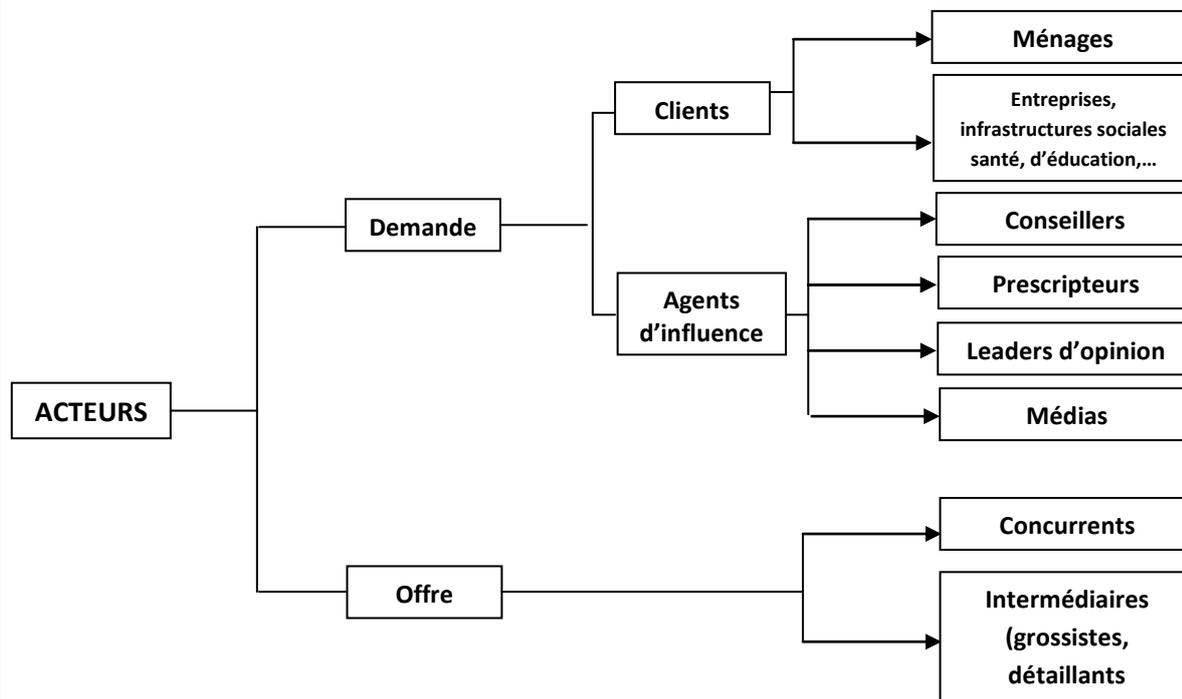
LE MARCHÉ DU POINT DE VUE DE L'OFFRE

- **Le marché principal**, qui est le marché du produit étudié au sens strict. A titre d'exemple, on peut étudier le marché de chaque type de lanterne : le marché de la lanterne Sunking pro ; le marché de la Firefly mobile ; le marché de la Sunking solo ; le marché de la D-light S250 ; le marché de la lampe Indiya,...L'étude de chaque produit constitue donc le marché principal.
- **Le marché environnant**, qui est l'ensemble des produits substituables. Pour chaque produit étudié ci-dessus, on peut trouver les produits substituables, c'est-à-dire ceux qui présentent les mêmes caractéristiques. Exemple : la lampe Solux LED 50 ou la D-light S250 sont des substituts de la Fire fly mobile ; la Sunking solo peut être considéré comme un substitut de la D-light S10. Cependant, la Sunking pro ne peut pas être considéré comme un substitut de la Powa pack junior matrix, étant donné que l'une dispose de deux lampes. Tout comme la Sunking pro ne peut pas être considéré comme un substitut de la lampe D-light S10, étant donné que cette dernière n'est pas équipée d'un dispositif pour la recharge de téléphone portable.
- **Le marché support**, qui est le marché des produits complémentaires : le marché des batteries de rechange et autres accessoires.
- **Le marché générique**, qui correspond au marché de la satisfaction d'un besoin précis. Dans notre cas, il s'agit du marché de l'éclairage.

Pour un produit donné, le micro entrepreneur ne doit pas seulement se limiter à l'étude et à l'observation du marché principal, car un changement enregistré sur les autres marchés peut avoir des répercussions importantes sur l'activité du marché principal.

Résumé à retenir

Prise de note

**LES ACTEURS DU COTE DE LA DEMANDE**

- **Les ménages** sont ceux qui achètent les lampes ou qui sont susceptibles de les acheter pour satisfaire leurs besoins en éclairage.
- **Les entreprises et les infrastructures sociales** achètent des lampes pour les utiliser directement dans les centres de santé, écoles, boutiques...
- **Les conseillers** sont ceux qui exercent une influence directe sur l'achat des lampes par leurs avis: les amis ou la famille peuvent exercer une influence sur l'achat d'une lampe précise, telle que Sunking, Barefoot ou D-light.
- **Les prescripteurs** sont ceux qui exercent une influence directe sur l'achat d'un type de lampe par leur profession ou leur situation : les journalistes ou les formateurs sur les systèmes pico PV peuvent exercer une influence sur le comportement d'achat d'un client.
- **Les leaders d'opinion** peuvent exercer une influence sur le comportement d'un client par leur position sociale ou leur image : les chefs de village, les maires, conseillers municipaux ou les stars (musique, football,...)
- **Les médias** qui transmettent des informations et véhiculent des idées qui peuvent être favorables ou défavorables à un entrepreneur précis ou à un type de lampe (radio rurale, TV,...)

LES ACTEURS DU COTE DE L'OFFRE

- **Les concurrents** sont ceux qui offrent des lampes satisfaisant des besoins similaires. Leur influence est essentielle et dépend du type de marché dans lequel l'on se trouve (monopole, concurrence,...). il est important de connaître tous ceux qui vendent les mêmes lampes que moi , qui recherchent les mêmes clients que moi ; les prix qu'ils pratiquent, leur stratégie,...
- **Les intermédiaires** sont ceux qui acheminent les lampes vers l'acheteur final: les grossistes, les détaillants. Un entrepreneur des systèmes pico PV peut aussi être considéré comme un intermédiaire.

MODULE 2 : OUTILS DE GESTION D'UNE ENTREPRISE

Objectifs spécifiques

Les compétences acquises permettront à l'apprenant de maîtriser les outils de base de la gestion d'une entreprise. Il s'agira entre autre de :

- Comprendre et maîtriser les notions relatives à la gestion économique des stocks. Il est question pour le micro entrepreneur de pouvoir à tout moment répondre à trois questions : quand dois-je acheter les lampes ? quels types de lampes dois-je acheter ? et combien de lampes dois-je acheter ?
- Comprendre et maîtriser les notions relatives à la gestion comptable des stocks : journal des opérations quotidiennes ; fiches de stocks ; fiches de suivi de la clientèle et des dettes fournisseurs.

Notion abordée	1. Gestion économique du stock de lampes
	1.1. Quand dois-je acheter les lampes ?
	Prise de note
	<p>L'entrepreneur doit toujours savoir le moment exact où il doit acheter les lampes à son fournisseur (début du mois, fin de mois ? période de récoltes...). Il doit pour cela :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Connaitre son marché afin d'identifier aussi les moments propices à l'achat des lampes par les clients ; - Déterminer le rythme d'écoulement de ses lampes à travers les ventes. - Déterminer la quantité de lampes restant en stock qui lui permet de passer sa commande auprès de son fournisseur. Ce stock doit être déterminé pour les différentes lampes vendues. Il est fixé par le micro entrepreneur, qui peut décider librement de passer sa commande lorsqu'il reste 3, 5, 8 ou 10 lampes en stock.

Résumé à retenir

Notion abordée	1. Gestion économique du stock de lampes
	1.2. Quels types de lampes dois-je acheter ?
	Prise de note
	<p>Ceci repose sur les préférences des clients et le rythme d'écoulement des lampes que le micro entrepreneur dispose en stock.</p> <p>Le type de lampes à acheter peut aussi être lié au prix d'achat de cette lampe. Un micro entrepreneur peut ainsi décider acheter des lampes (certifiées par lighting Africa - www.lightingafrica.org -) qui sont moins coûteuses sur le marché et donc plus abordables pour le client final.</p> <p>Il s'agit pour l'entrepreneur de définir avec exactitude s'il doit acheter des lampes : Firefly ; D-light S10 ; ou D-light S250 ; Sunking solo ; Sunking pro, Sundaya, etc</p>

Résumé à retenir

Notion abordée	1. Gestion économique du stock de lampes
1.3. Combien de lampes de chaque type dois-je acheter ?	
Prise de note	
<p>Le nombre de lampes de chaque type à acheter se fait sur la base du rythme d'écoulement des différentes lampes sur le marché.</p> <p>La question à laquelle le micro entrepreneur doit apporter une réponse est : Combien de lampes D-light S250 ? Combien de Firefly ? Combien de D-light S 10 ?...</p> <p>Un entrepreneur peut décider commander une très grande quantité de lampes pour bénéficier d'une remise, ou alors acheter une quantité devant juste être vendue sur une certaine période (un mois, deux mois).</p> <p>Pour commander une quantité très importante de lampes, il devra se rassurer qu'il dispose d'un espace suffisant pour stocker toutes les lampes achetées.</p> <p><u>NB : Les calculs des coûts et des prix seront abordés dans le module suivant.</u></p>	

Résumé à retenir

Notion abordée 2. La gestion comptable du stock de lampes

2.1. Le journal de caisse

Prise de note

Le journal de caisse est une photo financière de mon entreprise Il me sert à :

- Contrôler que la somme d'argent disponible dans ma caisse correspond au solde indiqué dans le journal de caisse ;
- Mieux connaître l'activité (recettes et les dépenses) : fluctuation (périodes fastes et moments difficiles),
- Les lampes les plus vendues, les coûts de l'entreprise ;
- Analyser les entrées et les sorties de fonds de l'entreprise pour prendre des décisions de gestion et savoir si ma trésorerie est suffisante pour m'approvisionner.

Le journal de caisse reflète la caisse physique de mon entreprise, et le solde ne peut donc jamais être négatif. On inscrit toutes les opérations de la journée : achat des lampes, vente des lampes, achat de nourriture pour les employés et pour moi-même, épargne dans la tontine, etc.

NB : Je marque tous les montants réellement encaissés ou décaissés. Toutes les opérations de vente à crédit ne s'enregistrent pas dans ce journal de caisse.

Dates	Libellé des opérations	Entrées	Sorties	Soldes
Dates des jours des opérations	<ul style="list-style-type: none">- Report du solde de la page précédente (Inscrire le solde de la page précédente à la page suivante)- Solde initial (Inscrire le montant que l'on dispose en caisse au démarrage de son activité de vente des lampes)- Opérations effectuées	Montants en espèces entrés en caisse	Montants en espèces sortis de la caisse	

- Le journal est conçu par le micro entrepreneur suivant le modèle ci-dessus ;
- Il doit être conservé étant donné qu'il retrace toutes les opérations de la journée ;
- En fin de chaque journée, le solde du journal doit correspondre à ce qui est effectivement disponible dans ma caisse

Résumé à retenir

Notion abordée 2.2. La fiche des marges**Prise de note**

La marge brute sur une lampe est la différence entre son prix de vente et son prix de revient. Cette marge brute doit me permettre de supporter toutes les autres dépenses de mon entreprise (salaires des employés, carburant moto, maintenance de la moto,...). Le calcul se fait à l'aide du tableau ci-dessous et à partir de la formule :

$$\text{Marge brute} = \text{Prix de vente} - \text{Prix de revient}$$

Dates de la vente	Articles	Prix d'achat unitaire	Prix de revient unitaire	Prix de vente unitaire	Marges unitaires

La fiche des marges permet de :

- S'assurer de l'existence d'un bénéfice sur chaque vente réalisée ;
- Détecter le (s) produit (s) qui apporte (nt) plus de bénéfice.

Résumé à retenir

Prise de note

Les créances clients sont des sommes que les clients doivent à l'entreprise, suite à un achat de lampe à crédit. Le micro entrepreneur a donc des créances clients parce qu'il a vendu des lampes à crédit.

La fiche de créance peut être établie selon le modèle ci-dessous. Elle est conçue pour tout client qui fait un achat à crédit.

Nom du Client _____					
Adresse du client _____					
Dates	Montant (Tout ce que le client me doit)	Versements			Reste à recouvrir (Montant restant à recouvrir)
		1 ^{er}	2 ^{ème}	3 ^{ème}	
TOTAL					

Le micro entrepreneur conçoit sa fiche de créance pour mieux suivre ses clients : échéances de paiement, montant restant à payer, ...

Résumé à retenir

Prise de note

Les dettes de l'entreprise sont celles qu'il a envers les fournisseurs, le personnel, l'Etat (impôts), les institutions financières, etc. Il est important pour le micro entrepreneur de connaître ses dettes afin de les payer à échéance.

La fiche des dettes fournisseurs peut être établie pour chaque fournisseur, selon le modèle ci-dessous.

Nom du fournisseur _____

Adresse du fournisseur _____

Dates	Montant de l'achat (<i>tout ce que je dois à mon fournisseur</i>)	Versements			Solde (reste à payer)
		1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	
TOTAL					

Le micro entrepreneur conçoit sa fiche de dettes pour mieux suivre ses dettes envers ses fournisseurs : échéances de paiement, montant restant à payer, ...

Résumé à retenir

Prise de note

La fiche de stock permet de suivre les entrées et les sorties des lampes, ceci afin d'éviter les ruptures de stock.

Sachant que toutes les lampes vendues ont une garantie d'un an maximum, il est recommandé au micro entrepreneur, pour chaque type de lampe, de toujours vendre en premier lieu, les lampes qui ont été achetées les premières. Il s'agit de la méthode FIFO (First In First Out ou premier entré premier sorti-).

Nom de la lampe _____

Date	Intitulés	Prix d'achat unitaire	Entrées		Sorties		Stocks	
			Qtés	Montant	Qtés	Montant	Qtés	Montant

- La fiche de stock se tient pour chaque type de lampe vendue par l'entrepreneur. Le micro entrepreneur aura quatre fiches de stocks s'il vend quatre types de lampes.
- Elle est établie par le micro entrepreneur suivant le modèle ci-dessus

Résumé à retenir

Notion abordée**Journal de caisse - Exercice d'application 1**

- Pour commencer son activité de ventes de lampes solaires FEUDJO a 300 000F le 04/04/13
- Ce même jour, il va en ville pour s'approvisionner et dépense 4 000 F pour le transport allé et retour
 - Il achète 3 lampes D-light S10 à 4 900F chacune ; 5 lampes D-light S250 à 15 000 F chacune ; 2 kits Sundaya ultium de 2 lampes à 64 000F, une lampe Powapack Junior Matrix à 37 000F;
 - Il achète de la nourriture pour la famille à 5 000F ;
 - 05/04/13, il approvisionne la moto en carburant pour 1 500F, pour effectuer ses ventes ;
 - Pendant la journée, il vend au comptant et en espèces 2 lampes D-light S10 à 5500F chacune, 4 lampes D-light S 250 à 16 000 F chacune et un Kit Sundaya à 40 000F.
 - Durant la même journée, il dépense 300F pour sa nutrition et achète 2 cahiers pour son fils, à raison de 1000F

TAF : Enregistrer ces opérations dans le journal de caisse

CORRIGE

Dates	Intitulés	Entrées	Sorties	Soldes

Notion abordée Créances et dettes fournisseurs – Exercice d'application 3

Mme. FOPA est distributrice de lampes solaires dans La région de l'Ouest du Cameroun. Au cours du mois d'avril il réalise les opérations suivantes :

- 05/04, achat chez le fournisseur ALIMATOU, de 30 lampes S10 D-light à 4 900F/unité ; 20 lampes S250 D-light à 15 000 F/unité, 10 kits Sundaya de 2 lampes 64 000F / unité ; 5 PowaPack junior matrix à crédit, à raison de 37 000 F/unité.
- Le 06/04, elle vend en espèces au client MBAMI, 7 lampes S10 à 5500F chacune, 2 lampes S250 à crédit, à 15 000F chacune. elle reçoit 20 000F du client en espèces, le reliquat devant être payé à la fin du mois.
- 17/04, elle vend au client ESTHER, 5 lampes S10 à 5500F l'unité ; 5 lampes S250 à 15 000F l'unité, dont 2 à crédit
- 22/04, elle s'approvisionne chez le fournisseur KOBE (les prix sont les mêmes que ceux du 05/04) et achète 20 lampes D-light S10, 15 lampes D-light S250, 5 kits Sundaya ulitium de 2 lampes, 5 PowaPack junior matrix. elle paye 80% de la commande en espèces et s'engage à payer le reste à la fin du mois. Le même jour, elle effectue un premier versement de 50% du montant de sa dette du 05/04.
- 26/04 : elle vend 10 lampes S10 à 5500F l'unité et 3 kits Sundaya ulitium de 2 lampes 66000 F l'unité ; elle reçoit également 30000F pour le paiement de sa créance du 17/04.
- 30/04 : elle verse au fournisseur KOBE, le montant équivalent de sa dette, reçoit de son client MBAMI, le montant de sa créance du 06/04 et effectue un versement pour le reliquat de sa dette du 05/04.

TAF : Etablir les fiches de créances et des dettes fournisseurs de Mme FOPA.

Notion abordée		CORRIGE - FICHE DE CREANCES			
Nom du Client _____					
Adresse du client _____					
Dates	Montant (Tout ce que le client me doit)	Versements			Reste à recouvrer (Montant restant à recouvrir)
		1 ^{er}	2 ^{ème}	3 ^{ème}	
TOTAL					

Notion abordée		CORRIGE - DETTES FOURNISSEURS			
Nom du fournisseur _____					
Adresse du fournisseur _____					
Dates	Montant de l'achat (tout ce que je dois à mon fournisseur)	Versements			Solde (reste à payer)
		1 ^{er}	2 ^e	3 ^e	
TOTAL					

MODULE 3 : JE FIXE LE PRIX DE VENTE DE MES LAMPES

Objectifs spécifiques

Les compétences acquises permettront à l'apprenant de prendre en compte trois éléments dans la détermination de son prix de vente, à savoir les coûts ; la demande et la concurrence, de manière à :

- Evaluer les coûts à prendre en compte lors de l'acheminement des lampes solaires vers les consommateurs finaux ;
- Calculer avec précision le coût de revient des lampes, de manière à fixer convenablement le prix de vente unitaire de chaque type de lampe ;
- Calculer son bénéfice, afin de faire prospérer son activité.

Notion abordée	1. Quelques définitions
-----------------------	--------------------------------

Prise de note	
----------------------	--

Prix de référence : prix que le consommateur attribue à une lampe, et qui correspond selon lui aux caractéristiques de celle-ci et des bénéfices qu'il compte en retirer. Le prix de référence peut ou ne pas correspondre au prix réel du produit.

Prix psychologique : prix d'acceptabilité d'un produit. Un prix trop élevé conduira au rejet du produit (produit considéré trop cher) et un prix trop bas conduira aussi au rejet du produit (qualité jugée mauvaise par le consommateur).

Prix magique : Prix fixé à une valeur inférieure à l'unité ou fixé de façon symbolique, de manière à provoquer chez le consommateur un réflexe psychologique positif et stimulateur de l'acte d'achat. A titre d'illustration, le calcul du prix de vente d'une lampe peut être de 17 000 FCFA, mais l'entrepreneur décide le fixer à 16 995 FCFA ou 16 990 FCFA.

Prix barré : ancien prix que l'on laisse sur le produit pour démontrer l'importance de l'effort promotionnel de l'entreprise.

Prix concurrentiel : prix réputé être plus bas que celui de la concurrence. Il peut être utilisé lorsqu'on veut propulser les ventes des ses lampes.

Prix conseillé : prix recommandé par le fabricant ou le fournisseur au public. A titre d'exemple, TOTAL recommande et communique les prix de vente des lanternes D-Light aux consommateurs.

Prix du marché : prix effectivement pratiqué sur le marché. Il est le plus souvent appliqué dans un marché de concurrence.

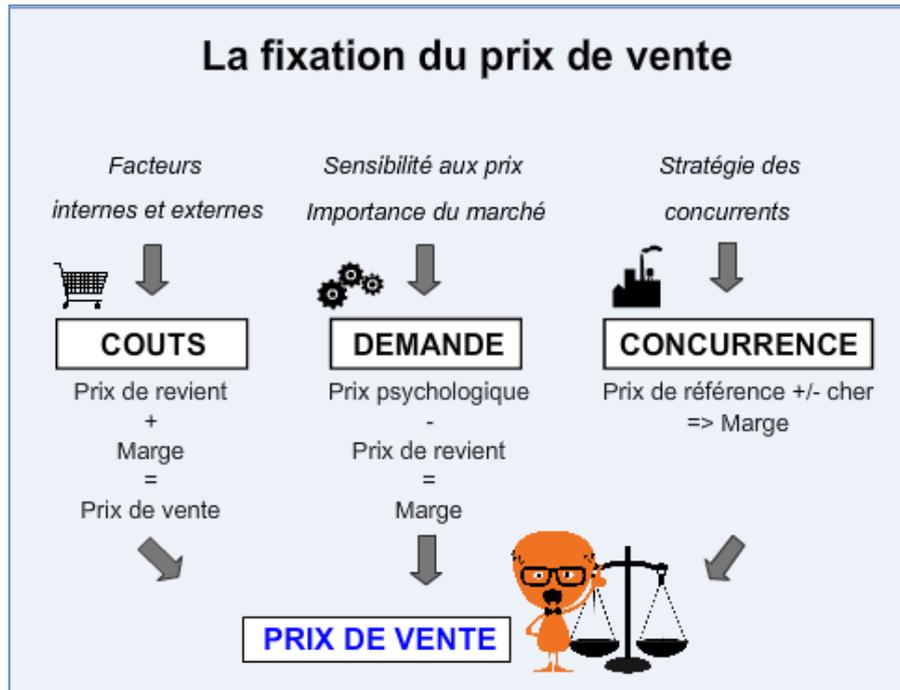
Prix dégressif : prix qui diminue en fonction de la quantité de lampes achetées ou commandées. La diminution de prix a pour but de motiver le micro entrepreneur à acheter une quantité importante de lampes.

Résumé à retenir

Notion abordée

2. Sur quoi je me base pour fixer les prix de vente de mes lampes ?

Prise de note



Dans le cas des produits pico PV, le micro entrepreneur fixera en général le prix de vente de ses lampes suivant la méthode des coûts ou de la concurrence.

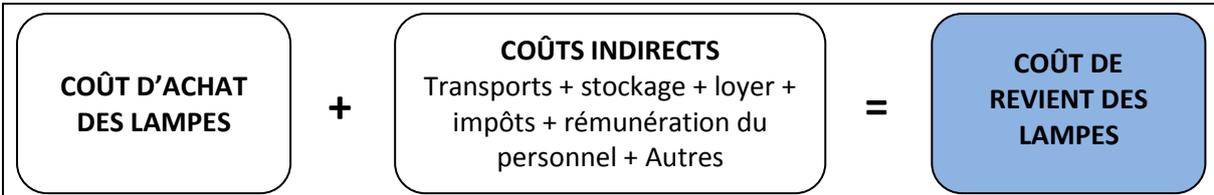
Résumé à retenir

Prise de note

On a le coût d'achat et les coûts indirects

$$\text{Coût d'achat} = \text{prix d'achat} * \text{nombre de lampes}$$

Coûts indirects = Transports + stockage + loyer + impôts + rémunération du personnel + Autres



$$\text{Prix de revient d'une lampe} = \frac{\text{Coût de revient des lampes}}{\text{nombre total de lampes}}$$



Résumé à retenir

Prise de note

On fixe le prix de vente en fonction de celui des concurrents directs du produit et de la position que l'on souhaite avoir sur le marché. On se réfère donc toujours dans ce cas au marché environnant.

**Avantages**

- Permet de vendre ses lampes au même prix que ceux des concurrents ou à un prix inférieur à ceux des concurrents ;
- Permet d'augmenter les ventes des lampes

Inconvénients

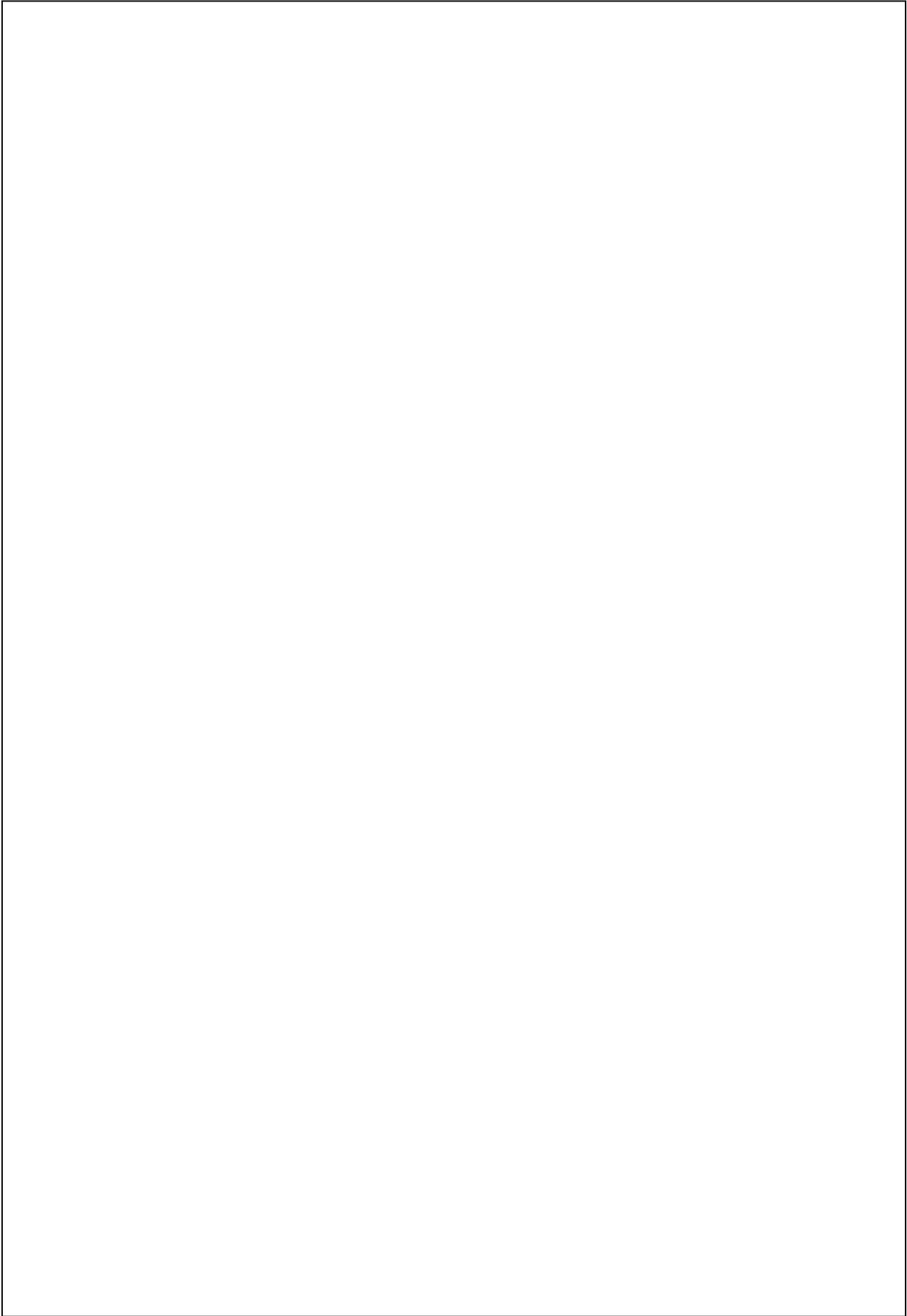
- Le prix du marché peut être inférieur ou égal au prix de revient du micro entrepreneur
- Réduction du bénéfice

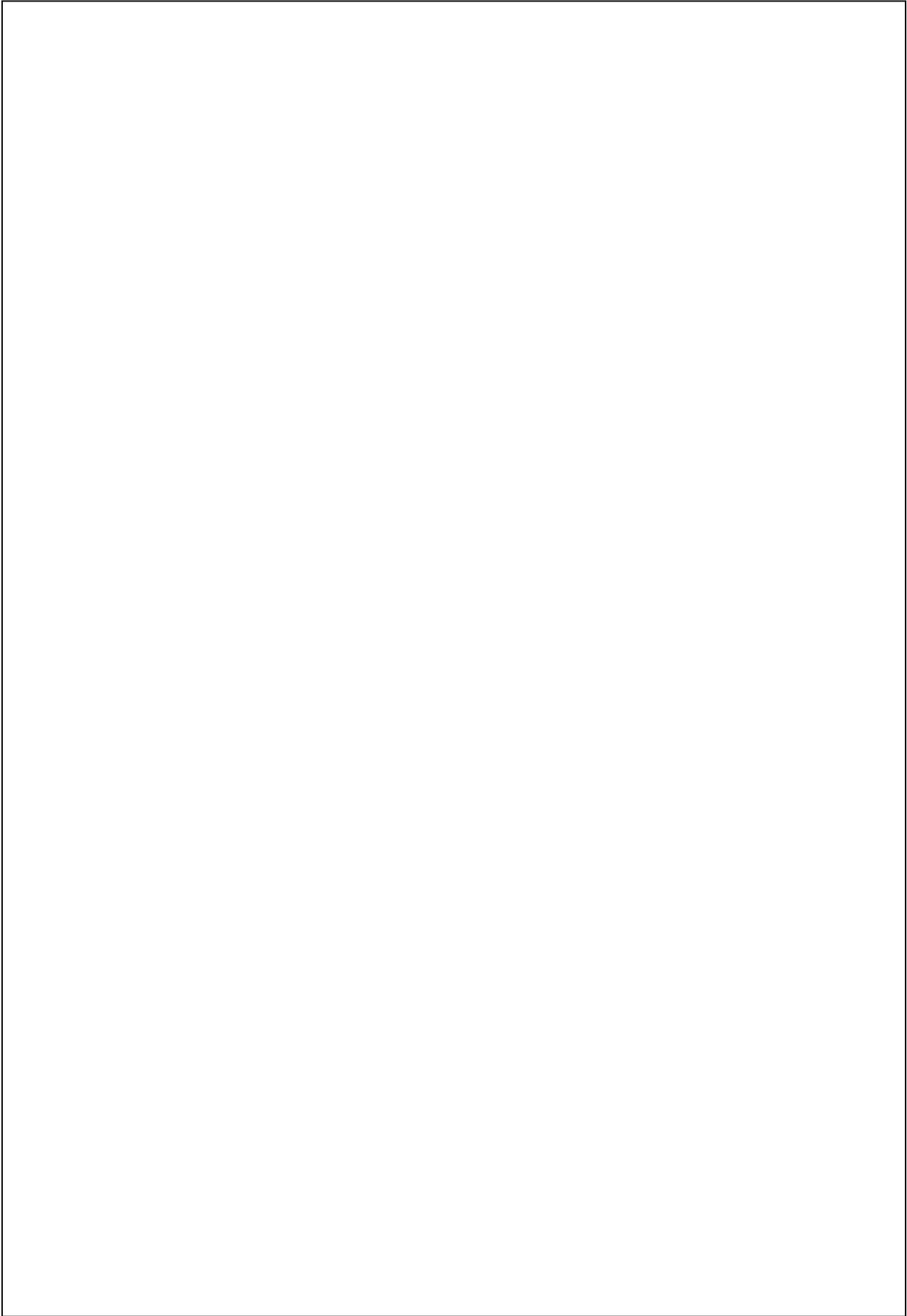
Résumé à retenir

Notion abordée	Séance pratique
	<p>1- M. ABBA vend des lampes solaires à Tokombere et comme les autres distributeurs de la zone, ils vendent une lampe S250 D-light à 15 000F, alors que le prix d'achat est de 13600F. M. ABBA décide de vendre moins cher que ses concurrents, et fixe son prix à 14500F étant donné que celui-ci est supérieur au prix d'achat.</p> <p>2- Mme FOTSO vend des lampes solaires à Bandjoun, elle reçoit d'un client une commande de 10 kits sundaya de 2 lampes qu'elle a achetée à 64 000F l'unité et qu'elle revend à 66 000F. Mais le client voulant une grande quantité lui propose d'acheter les lampes à 65 000 F l'unité, ce que Mme. FOTSO accepte étant donné que le prix de vente est supérieur au prix d'achat.</p> <p>Question 1 : Que pensez-vous de la façon dont M. ABBA et Mme. FOTSO fixent les prix des lampes solaires ?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <p>Question 2 : Quels sont les risques d'une telle approche de fixation du prix de vente?</p> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

Notion abordée	Exercice d'application
	<p>L'entrepreneur GLORIA vend trois types de lampes solaires (Firefly, D-Light S250 et Sunking Pro) dans la localité de MOKOLO, où elle est en concurrence avec plusieurs autres entrepreneurs. Les prix d'achat respectifs de lampes sont de 15 500 FCFA, 14 000 FCFA et 20 000 FCFA, et les quantités achetées par elle, sont respectivement de 24 unités ; 12 unités et 12 unités.</p> <p>Les coûts supportés par elle de l'achat à la mise à disposition d'une douzaine de chaque type de lampe au consommateur final sont évalués à 14 400 FCFA, et elle fixe sa marge à 10% de son prix de revient.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Calculez : le coût d'achat ; le coût de revient total ; le prix de revient unitaire 2. Calculez le prix de vente de chaque type de lampe suivant la logique des coûts 3. Calculer son bénéfice global à l'issue de la vente de toutes ses lampes. <p>Sur le marché, GLORIA constate que les prix de vente de ses concurrents sont de 17 500 FCFA, 16 900 FCFA et 21 000 FCFA, respectivement pour la Firefly, la D-light et la Sunking.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Comment GLORIA devra-t-elle fixer les prix de vente de ses différentes lampes ? 5. Quelle (s) décision (s) prendra-t-elle par rapport à la lampe Sunking pro ? 6. Calculez son bénéfice global à l'issue de la vente de toutes ses lampes. Comparez-le au bénéfice calculé à la question 3.

Notion abordée	CORRIGE - Exercice d'application





MODULE 4 : COMMENT MIEUX VENDRE MES LAMPES ?

Objectifs spécifiques

Les compétences acquises permettront à l'apprenant de:

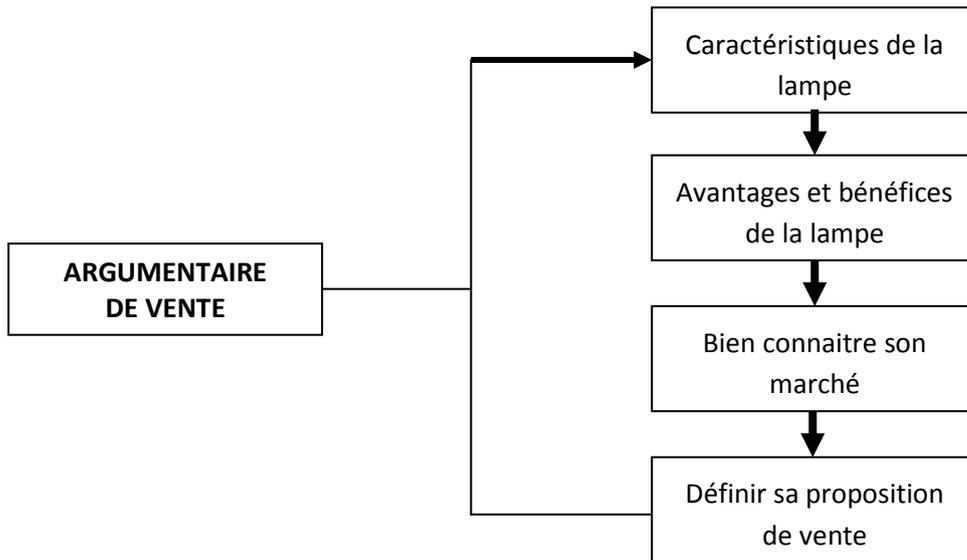
- Concevoir un argumentaire de vente pour mieux commercialiser ses lampes ;
- Maîtriser les outils d'aide à la vente et les méthodes de communication appropriées à la commercialisation des produits pico PV ;
- De comprendre le fonctionnement du marché, afin de trouver les meilleurs canaux et circuits de distribution pour ses lampes, de même que de rechercher les acteurs du marché pouvant jouer le rôle de facilitateur pour la vente des lampes ;
- Déterminer la meilleure politique de prix favorisant l'écoulement des produits pico PV sur le marché.

Notion abordée	1. L'argumentaire de vente
	1.1. Définition et importance
	Prise de note
	<p>L'argumentaire de vente est une liste de réponses aux interrogations probables des clients potentiels (prospects ou non consommateurs relatifs).</p> <p>L'argumentaire a pour but de convaincre et de persuader les prospects d'effectuer l'acte d'achat. Il permet ainsi au vendeur de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présenter les lampes ainsi que leurs caractéristiques techniques. Le vendeur devra orienter ses arguments sur la base des besoins du prospect. Il peut s'agir des aspects socio économiques ; des aspects esthétiques ; de la robustesse des lampes,... - Montrer les avantages des lampes solaires par rapport aux autres produits d'éclairage ; - Rassurer les prospects sur la qualité des lampes offertes .

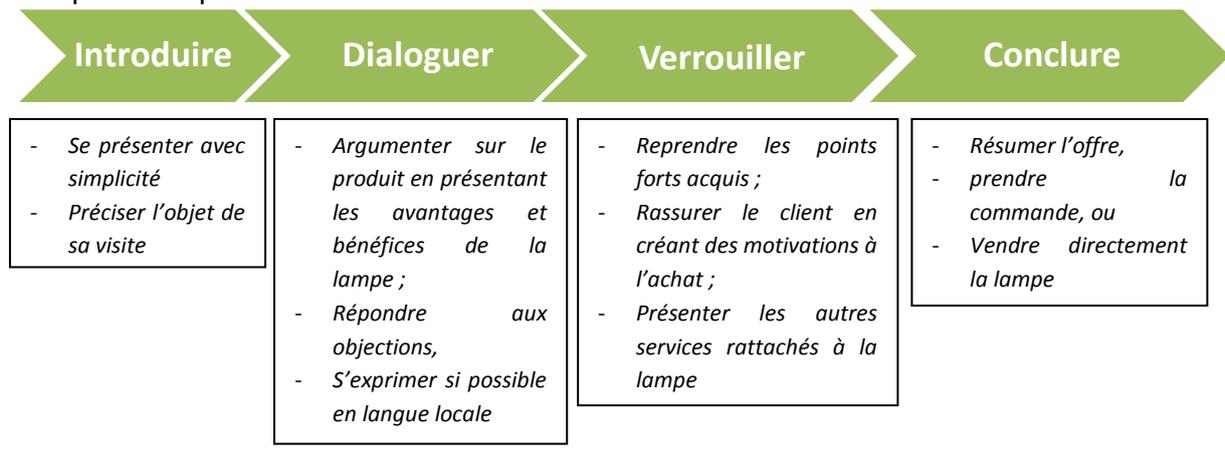
Résumé à retenir

Prise de note

Par rapport aux produits pico PV, l'argumentaire de vente peut résumer en quatre étapes :



Ces quatre étapes se déroulent de la manière suivante :



Résumé à retenir

Notion abordée**1.3. Quelques questions pouvant être posées par un client ?****Prise de note**

- Qui êtes vous?
- D'où venez-vous?
- Pourquoi avez-vous choisi notre village?
- Avez-vous déjà rencontré le chef du village? Et qu'est qu'il vous a dit?
- Qui fabrique ces lampes, les chinois?
- Votre lampe peut durer combien de temps
- Elle peut rester allumée de jour comme de nuit ?
- Son ampoule peut se griller?
- On peut charger le téléphone portable ?
- Et si l'ampoule se grille, où est ce qu'on peut trouver une ampoule de rechange? Et c'est facile à remplacer?
- Comment je fais pour la nettoyer, je peux utiliser l'eau?
- Si l'eau touche la lampe, qu'est ce qui va se passer?
- Quelle est l'assurance que nous avons que ça durer longtemps?
- Le courant de la lampe peut tuer quelqu'un?
- Si j'ai un problème avec ma lampe chez qui m'adresser?
- Il y a une garantie? Combien de temps?
- Vous êtes là aujourd'hui, si on veut acheter d'autres lampes plus tard où les trouver?
- Au même prix qu'aujourd'hui?
- Est-ce que le prix va changer par la suite?
- Est-ce que je peux aussi recharger la lampe avec l'électricité ?
- On peut utiliser ces lampes pour la chasse?
- On peut écouter la radio ?
- Pourquoi les prix des lampes sont différents?
- Est-ce que je peux prendre à crédit et payer plus tard?
- Est-ce qu'il y a la possibilité de payer par tranches?
- Peut-on bénéficier de remise?
- Qu'est ce que nous gagnons dans cette action?
- Est-ce qu'on peut avoir des pièces de rechanges en permanence?
- Vous nous conseillez de jeter nos lampes tempêtes?

Résumé à retenir

Prise de note

Vendeur : Bonjour Monsieur/ Madame

Prospect : Bonjour

Vendeur : Qu'est ce que vous utilisez actuellement pour votre éclairage ?

Prospect : Une lampe à pétrole et une torche bien sûr

Vendeur : Savez-vous qu'il existe une solution pour vous éclairer désormais ?

Prospect : Laquelle, je n'ai jamais entendu parler

Vendeur : Les lampes solaires rechargeables avec le soleil.

Prospect : Quel est l'avantage que j'ai à les utiliser ?

Vendeur : Avec cela plus besoin de dépenser ni pour le pétrole ni pour les piles

Prospect : Comment ça ? Expliquez-moi comment ça fonctionne ?

Vendeur : Tout ce que vous avez à faire c'est placer le panneau que voici, sous le soleil pendant la journée, vous la connectez à la lampe afin de la recharger et vous aurez au moins 6 heures d'éclairage dans la nuit

Prospect : C'est intéressant ce que vous me dites là mais ça doit coûter cher

Vendeur : Non pas du tout, c'est bien une solution économique. Je l'utilise aussi chez moi depuis trois mois et je n'achète plus le pétrole.

Prospect : Ca coûte donc combien ?

Vendeur : Celle-ci c'est la Firefly, qui ne coûte que 16 000 FCFA, et celle-ci la D-Light, qui ne coûte que 15 000 FCFA

Prospect : Mais c'est très cher pour moi

Vendeur : Elle n'est pas chère comparée aux services qu'elle vous rendra. En plus elles vous permettent de recharger vos téléphones portables et vous avez pour trois ans au moins sans dépenser ni pour le pétrole ni pour les piles.

Prospect : Comment ça 3 ans ?

Vendeur : C'est la durée de vie minimale de sa batterie ; rassurez vous, elles sont solides et de très bonne qualité ; si vous l'achetez, je vous la vends avec une garantie de six (6) mois.

Prospect : Donc s'il y a un problème je la ramène ?

Vendeur : Oui mais à condition que vous l'ayez bien utilisé et surtout sans l'ouvrir en cas de problème

Prospect : D'accord c'est intéressant ça ! Je souhaite avoir celle de 15 000 FCFA, mais je dispose juste de 10 000 FCFA sur moi, que faire ?

Vendeur : Ce n'est pas grave elle est déjà à vous, voila ma boutique, vous pouvez avancer, venir compléter plus tard et récupérer votre lampe

Prospect : Ok, puis-je vous apporter 5 000 FCFA dans une semaine ?

Vendeur : Bien sûr, il n'y a aucun souci, je la mets en réserve pour vous.

Prospect : Merci au revoir

Vendeur : Merci aussi et à la semaine prochaine.

Résumé à retenir

Notion abordée**2. Les outils d'aide à la vente****Prise de note**

Ce sont d'éléments de présentation visuelle, de documents d'études ou de statistiques, permettant de stimuler la vente des lampes.

Il s'agit entre autres des dépliants, des affiches, des flyers, des posters, des animations, des documentaires vidéos, qui montrent le fonctionnement de la lampe, les différentes usages qu'en font les populations, etc.

L'utilisation de ces outils permettra d'apporter davantage d'assurance au client et de le motiver à acheter sa lampe.

Présentons à titre d'illustration trois outils d'aide à la vente : flyers, posters et affiches.

Résumé à retenir

2.1. Les flyers

Barefoot Power Opportunités de développement énergétique **Light 4 all CAMEROON**

Lumière Vive = DE MEILLEURS RÉSULTATS

John
Le père de John fournit une lampe de bureau 'Firefly' à John tout les soirs pour ses devoirs. En un trimestre John est devenu le premier de sa classe !

1 Jour de Soleil → 50 heures sur faible puissance | 14 heures sur puissance moyenne | 3,5 heures à puissance élevée

FIREFLY MOBILE
Une lumière vive avec la capacité de charger un téléphone, la lampe peut être utilisée pour étudier, faire de la couture et de la lecture ou elle peut être utilisée dans une salle d'enseignement, dans une cuisine ou être entre amis. Des adaptateurs de chargeur de téléphone sont inclus pour recharger 2-3 téléphones en une seule journée.

Lumière Vive	6 x plus lumineuse qu'une lampe à pétrole
Batterie	dure jusqu'à 5 ans (lithium phosphate de fer)
Panneau Solaire	panneau étanche 1,5W
Garantie	Garantie de 12 mois

UNE MEILLEURE SANTÉ

Bébé Charles
La mère de Charles a installé une lampe matrix Powapack dans la chambre de Charles, Charles dort et respire déjà mieux. La dernière visite du médecin l'a prouvé.

1 Jour de Soleil → 24 heures avec une lumière allumée | 6,5 heures avec 4 lumières allumées

POWAPACK 5W
Le système parfait d'éclairage à la maison, le Powapack 5W offre un system simple de branchage pour 4 lumières matrix, 24 heures de chargement téléphonique et le fonctionnement d'une radio.

Lumière Vive	4 lampes matrix, chacune 6 x plus lumineuse qu'une lampe à pétrole
Batterie	dure jusqu'à 3 ans (AGM SLA)
Panneau Solaire	panneau étanche 5W
Garantie	Garantie de 12 mois

Téléphone Charger = \$ PLUS D'ARGENT

Josephine
La charge de téléphone facilement accessible, Josephine répond aux commandes des clients, livre à temps et se fait payer instantanément.

1 Jour de Soleil → 14 heures avec une lumière allumée | 7 heures avec 2 lampes

POWAPACK JUNIOR
Ce système d'éclairage de maison d'entrée de gamme, fournit des branchages simple pour 2 lampes matrix, 24 heures de charge téléphonique provenant de la batterie et du panneau et le fonctionnement d'une radio.

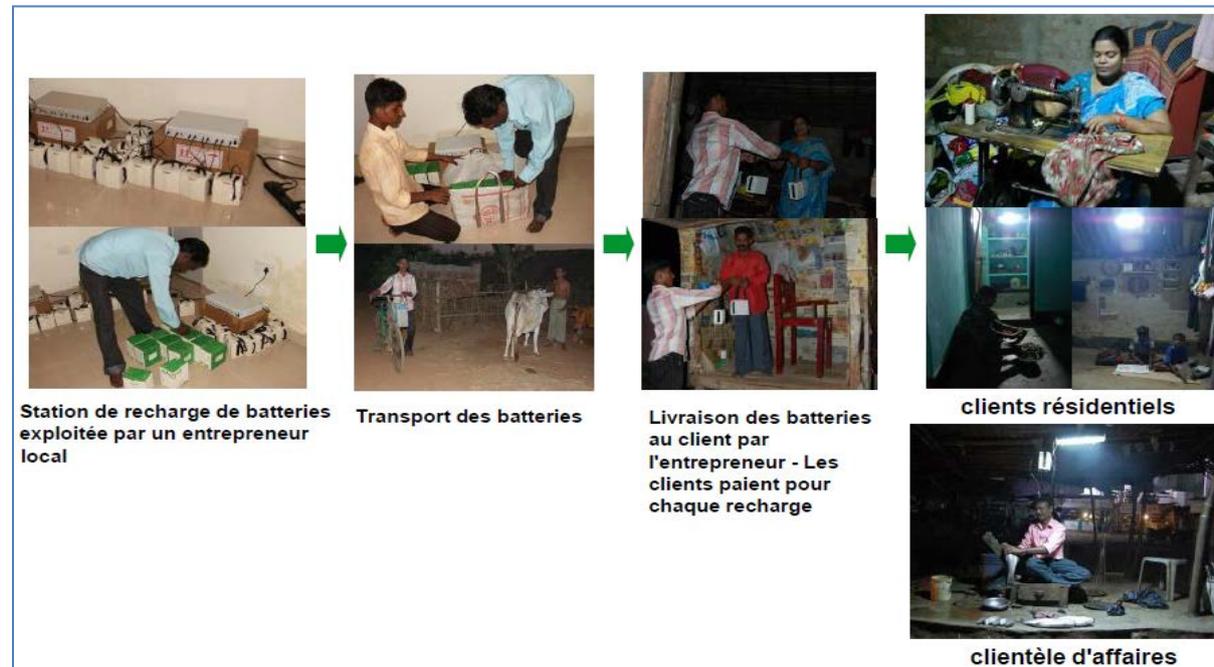
Lumière Vive	2 lampes matrix 7 x plus lumineuse qu'une lampe à pétrole
Batterie	dure jusqu'à 5 ans (lithium phosphate de fer)
Panneau Solaire	panneau étanche 2,5W
Garantie	Garantie de 12 mois

Le vendeur peut concevoir ses flyers, ou les recevoir de son fournisseur de lampes. Ils sont distribués pour permettre aux populations de s'informer sur les lampes mises à leur disposition. On peut aussi mentionner dans les flyers, les prix de vente des lampes, les contacts du vendeur, ainsi que toute autre information utile au client.

Résumé à retenir

2.2. Les posters

Ils sont utilisés pour présenter des résultats de manière succincte, sous forme de tableaux, d'images ou de statistiques.



Le micro entrepreneur peut concevoir lui-même ses posters à partir des images qu'il aura prises sur le terrain. Il peut disposer ces posters dans sa boutique, dans les coins les plus fréquentés du village, et à tout autre endroit qu'il jugera nécessaire pour la visibilité de ses lampes. L'objectif est de montrer aux populations cibles les usages que font les personnes qui utilisent déjà les lampes solaires.

Résumé à retenir

2.3. Les affiches

The image displays four posters for solar lighting products. The top-left poster is for AWANGO by TOTAL, featuring various solar lamps and a solar panel. The top-right poster is for Solar light, showing a family sitting at a table under a solar lamp. The bottom-left poster is also for Solar light, showing a woman sewing at a table under a solar lamp. The bottom-right poster is for BipBop by Schneider Electric, showing a man and a child under a solar lamp. Each poster includes text in French and logos for various partners.

AWANGO
by TOTAL

Sun King Solo - Sun King Pro
Greenlight Planet

S10 - S250
d light

Liberty
Sunlight

Make it Solar

Solar light

Free Energy

eco friendly

Garantie 12 MOIS GARANTIE

Restez éclairé
Assurez l'avenir des enfants!
Grâce aux lampes solaires, éviter le soir n'est plus un problème. Les enfants consacrent plus de temps à leurs révisions et réussissent mieux à l'école.

Produits certifiés
LIGHTING AFRICA

CONTACT LOCAL
Ville:
Tél:

Solar light

Free Energy

eco friendly

Garantie 12 MOIS GARANTIE

Restez éclairé
Augmentez vos profits!
Grâce aux lampes solaires, l'activité économique dure plus longtemps dans la nuit, attire plus de client et rapporte plus d'argent.

Produits certifiés
LIGHTING AFRICA

CONTACT LOCAL
Ville:
Tél:

BipBop

Schneider Electric

Résumé à retenir

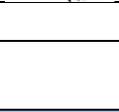
Notion abordée	3. Les acteurs d'aide à la vente
Prise de note	
<p>Il s'agit des acteurs du marché suivant la demande (les agents d'influence) et l'offre (les intermédiaires et les concurrents - confère module 1)</p>	
<p><u>Suivant la demande</u></p>	
<p>plusieurs acteurs peuvent influencer la demande des lampes dans une localité : conseillers, prescripteurs, leaders d'opinions et médias.</p>	
<p>Pour les leaders d'opinion par exemple, l'entrepreneur peut identifier et s'appuyer sur une autorité locale, traditionnelle ou politique (maire, chef du village, lamido, fon, député,...), une personnalité connue du grand public (pasteur/prêtre, homme d'affaires,...) ou une célébrité originaire du village (footballeur, journaliste,...) pour propulser ses ventes. L'approche pouvant être adoptée consiste à convaincre ce leader d'opinion d'acheter une lampe ou de la lui offrir pour s'éclairer quelques jours. L'idée est de montrer aux non consommateurs relatifs (prospects) que ces personnes ont déjà acheté et adopté les lampes pour leur éclairage. Cette action a pour but de stimuler l'achat de lampes par les populations du village, qui pourront être orientées par le vendeur vers ces leaders d'opinion afin qu'ils jouent le rôle de conseiller ou de prescripteur (orientation du type de lampe à utiliser).</p>	
<p><u>Suivant l'offre</u></p>	
<p>Il s'agit en fait des intermédiaires, qui peuvent être des grossistes ou des détaillants. Pour cela l'entrepreneur doit connaître son marché et identifier clairement les intermédiaires afin d'élaborer et d'organiser son réseau de distribution.</p>	

Résumé à retenir

4.1. Ajustement des prix de vente

L'entrepreneur peut ajuster les prix de vente de ses lampes en pratiquant par exemple des prix concurrentiels ou des prix dégressifs. Les prix dégressifs sont le plus souvent pratiqués lorsque l'entrepreneur dispose d'un réseau de distribution sur lequel il s'appuie pour vendre ses lampes et souhaite créer une motivation supplémentaire à tous les vendeurs de son réseau.

Exemple d'offre avec prix dégressifs

	OFFRE	PRIX D'UNE LAMPE (FCFA)
	1 à 12 unités (1 carton)	16 000
	Entre 13 et 48 unités (2 à 4 cartons)	15 900
	Entre 49 et 96 unités (5 à 8 cartons)	15 750
	Plus de 96 unités (plus de 8 cartons)	15 600

Résumé à retenir

Notion abordée

4. Les actions d'aide à la vente

4.2. Offre sous forme de package

Si le micro entrepreneur est dans un marché concurrentiel, et que ses lampes sont identiques à celles de la concurrence, il pourrait créer des offres packagées répondant aux besoins de ses prospects ou de ses clients, l'objectif étant de se différencier de la concurrence. On peut ainsi proposer des offres consistant à vendre deux types de lampes ou plus. Le prix proposé par le vendeur se fait en réduisant son bénéfice, l'idée est que ce prix soit inférieur à la somme des prix des lampes vendues séparément. L'entrepreneur peut aussi créer un effet psychologique en proposant un prix magique.

Vous êtes un entrepreneur qui commercialisez les lampes suivantes aux prix indiqués :

					
16 000 FCFA	5 000 FCFA	30 000 FCFA	15 000 FCFA	46 000 FCFA	15 000 FCFA

Exemples d'offres sous forme de packages

		
Prix global	51 000 FCFA	
Prix proposé	50 000 FCFA	
Prix magique	49 900 FCFA	

			
Prix global	51 000 FCFA		
Prix proposé	50 000 FCFA		
Prix magique	49 900 FCFA		

				
Prix global	51 000 FCFA			
Prix proposé	50 000 FCFA			
Prix magique	49 900 FCFA			

Il est conseillé de proposer les lampes qui n'ont pas toutes les mêmes options (recharge de téléphone portable par exemple) ou qui ne sont pas forcément du même fabricant. La combinaison des lampes est à la discrétion du vendeur. On peut aussi proposer des offres packagées dans le cas où le vendeur dispose des lampes dont les prix de revient calculés de certaines d'entre elles sont supérieurs au prix du marché.

Résumé à retenir

Notion abordée	4. Les actions d'aide à la vente
-----------------------	---

4.3. Autres approches

Prise de note

- **Par les associations :** les clients prospectés peuvent être les membres d'une association. Le vendeur de lampes devra d'abord identifier une personne qui pourrait l'introduire dans l'association avoir des informations sur celle-ci, la capacité d'achat de ses membres, le nombre de membres, les jours des réunions. Il cherchera à se faire inviter à la réunion afin de présenter l'offre aux prospects à travers son argumentaire de vente.
- **Lors des événements :** les événements peuvent être le marché, les rassemblements politiques, les deuils et les funérailles, etc. L'approche sera différente en fonction du type d'événement. A l'occasion d'un deuil où l'éclairage est fait à l'aide de lampes tempêtes ou de bougies, la lumière diffusée par une lampe solaire attirera la curiosité et stimulera l'achat.
- **Par les micro finances :** on peut proposer les lampes aux micro finances / coopératives / mutuelles, afin que celles-ci les vendent à leurs clients ou à toute autre personne qui en fait la demande. L'entrepreneur réduira ainsi ses risques, mais sera appelé par la même occasion à réduire son bénéfice.

Plusieurs autres approches peuvent être utilisées en fonction de la zone d'activité de l'entrepreneur ; celui-ci devra à tout moment rechercher et développer des techniques de vente visant à atteindre sa cible afin de mieux vendre ses lampes.

Résumé à retenir

Notion abordée**Séance pratique**

A partir des résultats de l'exercice d'application 2 de la troisième partie, quelles actions peuvent être menées par GLORIA pour mieux vendre ses lampes afin de réaliser un bénéfice sur la vente de toutes ses lampes ? Présenter ces actions.

CORRIGE

MODULE 5 : MON BUSINESS PLAN

Objectifs spécifiques

Les compétences acquises permettront à l'apprenant de :

1. Connaître la démarche à adopter lors de la recherche de financement, en répondant notamment aux questions : Quel est le montant dont j'ai besoin ? Qui peut financer mon activité ? Comment établir mon besoin en fonds de roulement ?
2. Faire des prévisions de vente des lampes et évaluer la rentabilité de son activité ;
3. Maîtriser globalement la démarche de réalisation d'un business plan propre aux produits pico PV.

Notion abordée	1. Présentation d'un business plan
	1.1. Définition et objectifs
	Prise de note
	<p>Le business plan ou plan d'affaires est le document de présentation d'un projet d'investissement ou de l'évolution de l'entreprise à moyen terme. Le business plan est donc un document synthétique de la présentation d'un projet. Il représente ainsi :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un outil d'aide à la préparation de votre projet et à la prise de décision ; - Un moyen d'identifier les clés de réussite ainsi que les facteurs de risque liés à votre projet ; - Un support nécessaire pour engager des relations avec d'éventuels partenaires, investisseurs et institutions financières.

Résumé à retenir

Notion abordée**1.2. Eléments constitutifs du business plan****Prise de note**

- Présentation du promoteur (civilité, coordonnées ; formation, expérience,...) ;
- Présentation du projet (forme juridique, équipe de gestion, date de démarrage prévu, plan de financement, perspectives...)
- Présentation des produits (confère volet technique)
- Etude de marché. Il s'agit de répondre à plusieurs questions concernant l'offre et la demande : Qui sont les fournisseurs des lampes ? Quels sont les types de lampes qu'ils vendent ? A combien les vendent ils ? Où sont ils situés ? Quels sont mes principaux concurrents ? Quels sont les prix qu'ils pratiquent ? Quels types de lampes commercialisent ils ? Quelles sont leurs forces et faiblesses ? Quels sont les besoins des clients ? Où sont ils localisés ? Quel est leur pouvoir d'achat ? Quelles sont les zones voisines non électrifiées ? Comment évolue la demande ? Quels sont les projets d'électrification prévus dans cette zone ? Quelles sont les institutions financières situées dans la zone d'exercice de mon activité ? Quelles sont les conditions d'octroi de crédit.
- L'évaluation des recettes ;
- Ma stratégie : comment me positionner vis-à-vis de mes concurrents ? Quels sont mes partenaires stratégiques ;
- Ma politique commerciale : Produit (types de lampes à commercialiser) ; Prix (concurrentiel, prix du marché,...) ; Distribution (établissement d'un réseau) et Communication (outils, acteurs et actions d'aide à la vente).
- Etude technique : local, moyens humains, moyens immobiliers, fournisseurs,... ;
- Etude financière : évolution de la demande, chiffre d'affaires prévisionnel, charges, emprunt, intérêts, compte de résultat, besoin en fonds de roulement, plan de financement, analyse de la trésorerie, ...

Résumé à retenir

Notion abordée 2. Comment faire les prévisions de vente ?

Prise de note

Les prévisions de vente des lampes se font sur la base de l'estimation de l'évolution de la demande et après avoir réalisé une étude de marché ou après avoir fait une analyse des lampes vendues.

					
16 000 FCFA	5 000 FCFA	30 000 FCFA	15 000 FCFA	46 000 FCFA	15 000 FCFA

Lampes	Prévisions des ventes mensuelles						TOTAL
	J	A	S	O	N	D	
	10	12	12	14	15	15	78
	20	25	24	29	30	32	163
	8	8	8	10	11	11	56
	15	17	15	19	19	19	108
	4	4	3	4	4	5	25
	14	15	14	20	22	22	110
TOTAL	71	81	76	96	101	104	529

Lampes	Recettes prévisionnelles						TOTAL
	J	A	S	O	N	D	
	160 000	192 000	192 000	224 000	240 000	240 000	1 248 000
	100 000	125 000	120 000	145 000	150 000	160 000	800 000
	240 000	240 000	240 000	300 000	330 000	330 000	1 680 000
	225 000	255 000	225 000	285 000	285 000	285 000	1 520 000
	184 000	184 000	138 000	184 000	184 000	230 000	1 104 000
	210 000	225 000	210 000	300 000	330 000	330 000	1 605 000
TOTAL	1 119 000	1 221 000	1 125 000	1 438 000	1 519 000	1 575 000	7 997 000

Résumé à retenir

Prise de note

Le micro entrepreneur se pose au départ plusieurs questions, entre autres :

Ai-je besoin d'un crédit ?

Pourquoi demander un crédit ?

Quel est le montant dont j'ai besoin ?

Dois je demander un crédit tout seul ou devons nous être en groupe ?

Quels sont les risques ?

Quelles sont les micro-finances qui octroient des crédits ? toutes les micro finances de première et de deuxième catégories.

Première catégorie : Les micro-finances qui donnent des crédits uniquement aux micros entrepreneurs qui sont membres de la micro finance, c'est-à-dire qui disposent d'un compte actif depuis au moins six mois.

Deuxième catégorie : Les micro-finances qui donnent des crédits aux micros entrepreneurs qui sont membres de la micro finance et ceux qui ne le sont pas.

On peut citer entre autres : ACEP ; ADVANS ; A3C ; CamCCUL ; CCA ; COMECI ; Express Union Finance ; MC², etc.

Quelles sont les conditions d'octroi d'un crédit par les micro-finances ?

Résumé à retenir

Notion abordée		3. Rechercher et trouver un financement (suite)	
Prise de note			
TYPES	DESCRIPTION	CRITERES D'ELIGIBILITE	OBSERVATION
<p>Premier type de crédit</p> <p>Besoin de financement pour accroître ses activités</p>	<p>Possibilité d'emprunter jusqu'à 2 500 000 FCFA, remboursable par paiement hypothécaire sur 8 mois. Taux d'intérêt compris entre 2 et 3% par mois. Dépôt de garantie de 10% du capital emprunté, remboursable après paiement total du principal et des intérêts</p>	<p>Tout entrepreneur individuel, de nationalité camerounaise, exerçant une activité régulière depuis au moins 1 an, localisé dans la zone d'activité d'une agence de l'EMF considéré. Garantie matérielle ou caution personnelle.</p>	<p>- Certaines micro finances assistent les entrepreneurs dans l'élaboration de leur business plan ; ou disposent de business plans types</p> <p>- Les établissements de micro finance ne donnent pas de crédit pour les activités en démarrage et il est important que le micro entrepreneur ait déjà une activité dans sa zone, que ce soit dans le domaine des produits pico PV ou non</p>
<p>Deuxième type de crédit</p> <p>Crédit de groupe (association d'au moins deux personnes), sans garantie matérielle.</p>	<p>Possibilité d'emprunter jusqu'à 2 500 000 FCFA par personne, remboursable par paiement hypothécaire sur 8 mois. Taux d'intérêt compris entre 2 et 3% par mois. Dépôt de garantie de 10% du capital emprunté, remboursable après paiement total du principal plus intérêt.</p>	<p>Tout entrepreneur individuel, de nationalité camerounaise, exerçant une activité régulière depuis au moins 1 an, localisé dans la zone d'activité d'une agence de l'EMF.</p>	
<p>Troisième type de crédit</p> <p>Besoin de financement pour développer les activités (crédit entreprise)</p>	<p>Montant de crédit maximum non spécifié. Remboursements étalés sur 06 à 18 mois. Taux d'intérêt TTC de 1,5% par mois. Dépôt de garantie de 10% du capital emprunté, remboursable après paiement total du principal plus intérêt.</p>	<p>Tout entrepreneur individuel, de nationalité camerounaise, exerçant une activité régulière depuis au moins 6 mois, localisé dans la zone d'activité de l'EMF. Garantie matérielle ou caution personnelle.</p>	

Résumé à retenir

Notion abordée	4. Comment effectuer l'analyse financière de mon activité ?														
4.1. Le plan de remboursement du crédit															
Prise de note															
<p>Lorsqu'on prend un crédit dans une institution financière, on doit le rembourser en payant des intérêts, qui sont le plus souvent mensuels. Le taux d'intérêt est défini par l'institution financière. Le calcul du montant de l'intérêt à verser chaque mois est donné par la formule :</p> $\text{Intérêt} = \text{Montant emprunté} * \text{taux d'intérêt}$ <p><u>Calculs effectués par les EMF pour un crédit dont les caractéristiques sont les suivantes</u></p>															
<table border="1"> <tr> <td colspan="2">Principal (Montant emprunté par le micro entrepreneur)= 1 200 000 FCFA</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Taux d'intérêt mensuel exigé par la micro finance = 2%</td> </tr> <tr> <td colspan="2">Durée de l'emprunt = 6 mois</td> </tr> <tr> <td>Intérêts mensuels</td> <td style="text-align: right;">1 200 000 *0,02 = 24 000 FCFA</td> </tr> <tr> <td>Intérêts au bout de six mois</td> <td style="text-align: right;">24 000 *6 = 144 000 FCFA</td> </tr> <tr> <td>Remboursement total au bout de six mois</td> <td style="text-align: right;">1 200 000 + 144 000 = 1 344 000 FCA</td> </tr> <tr> <td>Remboursement mensuel</td> <td style="text-align: right;">1 344 000 / 6 = 224 000 FCFA</td> </tr> </table>		Principal (Montant emprunté par le micro entrepreneur)= 1 200 000 FCFA		Taux d'intérêt mensuel exigé par la micro finance = 2%		Durée de l'emprunt = 6 mois		Intérêts mensuels	1 200 000 *0,02 = 24 000 FCFA	Intérêts au bout de six mois	24 000 *6 = 144 000 FCFA	Remboursement total au bout de six mois	1 200 000 + 144 000 = 1 344 000 FCA	Remboursement mensuel	1 344 000 / 6 = 224 000 FCFA
Principal (Montant emprunté par le micro entrepreneur)= 1 200 000 FCFA															
Taux d'intérêt mensuel exigé par la micro finance = 2%															
Durée de l'emprunt = 6 mois															
Intérêts mensuels	1 200 000 *0,02 = 24 000 FCFA														
Intérêts au bout de six mois	24 000 *6 = 144 000 FCFA														
Remboursement total au bout de six mois	1 200 000 + 144 000 = 1 344 000 FCA														
Remboursement mensuel	1 344 000 / 6 = 224 000 FCFA														
<p>L'entrepreneur remboursera à la micro finance, 224 000 FCFA par mois, et ceci pendant six mois</p>															

Résumé à retenir

Notion abordée**4.2. Comment évaluer mon besoin en fonds de roulement ?****Prise de note**

Le besoin en fonds de roulement il représente un besoin ou une ressource de financement né de l'activité de l'entreprise. Il s'évalue à travers les créances clients et les dettes fournisseurs (confère module 2). Il est donc important pour le micro entrepreneur de bien enregistrer ses créances clients et ses dettes fournisseurs pour évaluer son besoin ou sa ressource de financement. Il se calcule à l'aide de la formule :

$$\text{Besoin en fonds de roulement} = (\text{Stocks} + \text{créances}) - \text{Dettes}$$

Stocks = lampes disponibles au magasin de l'entrepreneur, évalués en valeur

Créances = valeur des lampes vendues à crédit aux clients

Dettes = montant des achats à crédit auprès des fournisseurs + autres dettes en rapport avec l'activité des lampes

Besoin en fonds de roulement < 0 = ressources en fonds de roulement (pas besoin d'un financement de la part du micro entrepreneur)

Besoin en fonds de roulement > 0 = besoin en fonds de roulement (besoin de financement de la part du micro entrepreneur)

Le calcul du besoin en fonds de roulement prend en compte les créances clients (vente de lampes aux clients à crédit), le montant équivalent des lampes en stock et les dettes fournisseurs (achat des lampes à crédit par le micro entrepreneur). Il ne prend donc pas en compte les ventes au comptant étant donné que cet argent est déjà à la disposition dans la caisse du micro entrepreneur.

L'évaluation du besoin en fonds de roulement peut se faire selon la fréquence décidée par le micro entrepreneur (mois, trimestre, etc).

Résumé à retenir

Notion abordée

4.2. Comment évaluer mon besoin en fonds de roulement ? (suite)

Prise de note

EVALUATION DES CREANCES ET DU STOCK DE LAMPES RESTANT AU MAGASIN

Au moment d'évaluer mon besoin en fonds de roulement, je fais un état de la situation de mon activité, en calculant le montant des lampes vendues au comptant, le montant des lampes vendues à crédit (créances clients) et le montant équivalent aux lampes restant en stock.

Lampes	Recettes prévisionnelles						TOTAL
	J	A	S	O	N	D	
	160 000	192 000	192 000	224 000	240 000	240 000	1 248 000
	100 000	125 000	120 000	145 000	150 000	160 000	800 000
	240 000	240 000	240 000	300 000	330 000	330 000	1 680 000
	225 000	255 000	225 000	285 000	285 000	285 000	1 520 000
	184 000	184 000	138 000	184 000	184 000	230 000	1 104 000
	210 000	225 000	210 000	300 000	330 000	330 000	1 605 000
TOTAL	1 119 000	1 221 000	1 125 000	1 438 000	1 519 000	1 575 000	7 997 000
Vente au comptant	579 000	636 000	824 000	1 266 000	1 379 000	884 000	5 568 000
Vente à crédit (Créances)	290 000	390 000	145 000	156 000	48 000	235 000	1 264 000
Lampes en stock	250 000	195 000	156 000	16 000	92 000	456 000	1 165 000

Résumé à retenir

Notion abordée

4.2. Comment évaluer mon besoin en fonds de roulement ? (suite)

Prise de note

EVALUATION DES DETTES FOURNISSEURS

Au moment d'évaluer mon besoin en fonds de roulement, je fais à nouveau un état de la situation de mon activité, en calculant le montant des lampes achetées au comptant auprès de mon (mes) fournisseur (s) et le montant des lampes achetées à crédit (dettes fournisseurs).

Les tableaux ci-dessous présentent une situation où le micro entrepreneur achète des lampes auprès de ses fournisseurs, aux prix indiqués ci-dessous :

					
14 500 FCFA	4 100 FCFA	26 800 FCFA	13 000 FCFA	43 100 FCFA	12 000 FCFA

Lampes	Achats des lampes						TOTAL
	J	A	S	O	N	D	
	145 000	174 000	174 000	203 000	217 500	217 500	1 131 000
	82 000	105 500	98 400	118 900	123 000	131 200	656 000
	214 400	214 400	214 400	268 000	294 800	294 000	1 500 800
	195 000	221 000	195 000	247 000	247 000	247 000	1 352 000
	172 400	172 400	129 300	172 400	172 400	215 500	1 034 400
	168 000	180 000	168 800	240 000	264 000	264 000	1 284 000
TOTAL	976 800	1 064 300	979 100	1 249 300	1 318 700	1 370 000	6 958 200
Achat au comptant	683 760	745 010	685 370	874 510	923 090	959 000	4 870 740
Achat à crédit (dettes)	293 040	319 290	293 730	374 790	395 610	411 000	2 087 460

Résumé à retenir

Notion abordée**4.2. Comment évaluer mon besoin en fonds de roulement (suite et fin)****Prise de note**

TABLEAU RECAPITULATIF DE CALCUL DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT

	J	A	S	O	N	D
Vente à crédit (Créances)	290 000	390 000	145 000	156 000	48 000	235 000
Lampes en stock	250 000	195 000	156 000	16 000	92 000	456 000
Achat à crédit (dettes)	293 040	319 290	293 730	374 790	395 610	411 000
B F R	246 960	265 710	7 270	-202 790	-255 610	280 000

Les résultats indiquent que :

- L'entrepreneur dispose des ressources en fonds de roulement au cours des mois d'octobre et novembre ; il est donc capable dans ce cas de financer son activité sans avoir besoin de demander un financement supplémentaire.
- Par contre, il a un besoin en fonds de roulement au cours des autres mois, ce qui indique qu'il devra faire recours à une institution financière, à un particulier ou à tout autre organe susceptible de lui procurer des fonds pour financer son activité en attendant vendre les lampes qu'il dispose en stock et le remboursement de ses clients.

NB : La situation souhaitable pour l'entrepreneur est celle dans laquelle le besoin en fonds de roulement est négatif, étant donné qu'il dispose des fonds nécessaire pour financer son activité

Résumé à retenir

Notion abordée 5. Comment évaluer la rentabilité de mon activité ?**Prise de note**

L'évaluation de la rentabilité de l'activité se fait à l'aide du compte de résultat, qui résume les recettes et les charges totales de l'entrepreneur liées à son activité.

Les charges d'un entrepreneur des produits pico PV correspondent au coût d'achat des lampes et d'autres charges liées à l'exploitation : charges indirectes telles que évaluées dans le module 3 ; paiement des intérêts, remboursement de l'emprunt, etc.

EXEMPLE DE COMPTE DE RESULTAT

	J	A	S	O	N	D
Total ventes	1 119 000	1 221 000	1 125 000	1 438 000	1 519 000	1 575 000
Achat des lampes	976 800	1 064 300	979 100	1 249 300	1 318 700	1 370 000
Autres charges (personnel, transports,...)	0	0	0	0	0	0
Résultat brut	142 200	156 700	145 900	188 700	200 300	205 000
Intérêts	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000
Impôts et taxes	0	0	0	0	0	0
Résultat net	118 200	132 700	121 900	164 700	176 300	181 000

Le résultat obtenu indique que l'activité de l'entrepreneur de produits pico PV génère un bénéfice au cours de chaque mois.

Résumé à retenir