

Rêvez, Osez, Créez !

Check-list



En complément du guide « Rêvez, Osez, Créez ! Les clés de l'entreprise sociale » (disponible sur up-conferences.fr), vous trouverez dans ce petit livret des conseils pour avancer pas à pas vers votre objectif et les dix commandements de l'entrepreneur social qui reboostent dans les moments de doute.

Construit sous forme d'une liste d'actions à cocher pour chaque étape de la création d'entreprise, ce document vous accompagnera partout : dans les transports en commun, dans un café, pendant une pause... C'est une aide pour vous permettre de faire le point et prendre le recul nécessaire afin de mettre à plat vos idées.

CONNÂTRE
L'ENTREPRENEURIAT
SOCIAL

IDENTIFIER LE BESOIN



CONNÂTRE SON
ÉCOSYSTÈME



DÉFINIR SA
GOUVERNANCE



CHOISIR SON
STATUT JURIDIQUE



ETABLIR SON
MODÈLE
ÉCONOMIQUE



COMMUNIQUER



DÉFINIR SA
STRATÉGIE MARKETING



OBTENIR DES
FINANCEMENTS



FÉDÉRER UNE
COMMUNAUTÉ



CHANGER D'ÉCHELLE





Avant d'entreprendre

Identifier le besoin social

- J'ai identifié le besoin social.
- J'ai identifié les bénéficiaires.
- J'ai recherché si des projets similaires existaient.

Identifier le marché

- J'ai un produit ou service innovant.
- J'ai identifié la cible à qui proposer mon produit ou mon service.
- J'ai évalué mes coûts et bénéfices potentiels pour assurer une rentabilité et une pérennité de mon projet.

Connaître son écosystème

- J'ai identifié les parties prenantes importantes.
- J'ai identifié leurs besoins.

Construire son réseau

- J'ai identifié et pris contact avec des personnes clés pour mon projet.
- J'ai participé à des forums et à des événements.

Se lancer

- J'ai vérifié que j'étais prêt(e) pour entreprendre.
- J'ai vérifié que mon environnement est favorable à mon désir d'entreprendre.
- J'ai évalué mes compétences et cherché à combler mes éventuelles lacunes en me formant ou en trouvant des associés.



Définir son organisation

S'entourer

- J'ai cherché autour de moi des personnes prêtes à s'impliquer dans mon projet, à temps plein ou partiel.
- J'ai recherché des profils spécifiques qui pourraient répondre à mes besoins.

Choisir son rôle

- J'ai réussi à déléguer une partie de mes tâches.
- Je souhaite me concentrer sur le développement stratégique du projet et donc être Président.
- J'ai décidé de rester sur l'opérationnel et prendre le poste de Directeur Général.

Impliquer les parties prenantes

- J'ai constitué un conseil d'administration.
- J'ai constitué un comité de pilotage.
- J'implique les personnes clés de mon écosystème dans mes décisions.

Automatiser sa structure

- J'ai formé mon équipe pour qu'elle soit capable de gérer la partie opérationnelle en mon absence.

Evaluer ses ressources

- J'ai cartographié les compétences de mes ressources humaines pour identifier les manques.



Choisir son statut juridique

Opter pour le statut associatif

- Je finance mon projet par des dons, des subventions, et je conserve la possibilité d'avoir une faible activité marchande.
- Je souhaite démontrer par mon statut juridique le caractère non lucratif de mon projet.
- Je suis conscient(e) que je ne pourrais pas lever des fonds.

Opter pour une forme commerciale (SA, SAS, SARL)

- Je préfère une gestion flexible et une rapidité dans les prises de décisions.
- Je suis conscient(e) que mon activité économique doit être rentable et pérenne.
- Je souhaite avoir la possibilité de lever des fonds.
- J'ai conscience que des efforts supplémentaires de communication sur la finalité sociale et ou environnementale de l'entreprise seront nécessaires.

Opter pour une SCOP ou SCIC

- Je souhaite que les salariés soient impliqués dans les décisions stratégiques.
- J'ai conscience que plus le projet grandira, plus longues seront les prises de décisions.



Définir son modèle économique

Clarifier son activité économique

- J'ai bien défini ma proposition de valeur.
- J'ai déterminé les activités essentielles au fonctionnement de l'organisation.
- J'ai développé et testé mon produit ou mon service.

Identifier les cibles

- J'ai identifié mes clients.
- J'ai identifié mes bénéficiaires.
- J'ai déterminé les types de canaux de distribution à utiliser pour les atteindre.

Cartographier ses ressources

- J'ai structuré mes coûts financiers et mes ressources humaines.
- J'ai cartographié les compétences de mon équipe pour déterminer des besoins en formation ou en recrutement.

Se remettre en question

- J'ai challengé mon projet auprès d'experts ou auprès de mon entourage.
- J'ai pris assez de recul sur mon projet pour améliorer mon modèle économique.



Définir sa stratégie marketing

Définir son offre

- J'ai travaillé l'identité du projet.
- Mon offre est claire et précise.
- J'ai étudié le marché et la concurrence afin de mettre en avant la valeur ajoutée de mon produit ou service.

Prospecter

- J'ai un fichier de suivi des personnes, des institutions publiques et des entreprises privées que je dois contacter ou que j'ai contacté.
- J'assure le bon référencement de mon projet dans les moteurs de recherches comme Google.

Développer son offre

- J'ai testé mon produit ou service et identifié les points d'améliorations.
- J'ai étudié les habitudes comportementales de consommation de mes clients.
- J'en ai déduit des opportunités de développement :
 - De mon portefeuille de produits ou de services.
 - De ma clientèle.



Obtenir des financements

Identifier les sources de financements

- J'ai prospecté des potentiels investisseurs.
- J'ai ciblé les institutions, les collectivités et les administrations susceptibles de me subventionner.
- J'ai ciblé les entreprises privées en lien avec mon projet.
- J'ai listé les différents concours auxquels participer pour obtenir des financements ou des sponsors.

Travailler la préparation

- Mon modèle économique est clair, structuré de manière à montrer les perspectives de rentabilité et de pérennité.
- J'ai mesuré l'impact social et/ou environnemental de mon projet (qualitativement et/ou quantitativement).
- J'ai une vision à court et long terme.

Identifier des partenaires potentiels

- Je développe mon réseau, à travers des collaborations avec des entreprises, des participations à des forums, à des évènements...



Définir sa stratégie de communication

Structurer son discours

- Je suis capable de présenter mon projet de manière concise, compréhensible et rapide (3 min maximum).
- Mon discours est simple et sincère.
- J'ai défini mon positionnement par rapport aux autres acteurs du marché.
- J'ai des anecdotes intéressantes à raconter pour illustrer mon impact social et / ou environnemental.
- J'ai un slogan pour mon projet.

Définir un responsable

- J'ai idéalement une personne responsable de la communication, même à temps partiel.
- Si ce n'est pas le cas, je recherche une personne compétente dans ce domaine.

Définir un plan de communication

- J'ai déterminé les canaux et les outils de communication à utiliser (online et print).
- J'ai un plan de suivi des actions et des médias à contacter et déjà contactés.
- J'ai identifié les forums et les événements pouvant me donner de la visibilité.
- Je communique de manière récurrente pour ne pas me faire oublier.



Fédérer sa communauté

Déterminer les outils

- J'ai défini quels outils utiliser pour communiquer avec mes membres.
- J'ai créé des comptes sur des réseaux sociaux.
- J'organise des événements, des workshops, je crée le buzz...

Avoir un responsable

- J'ai une personne responsable de l'animation de la communauté (à temps plein ou partiel)
- J'ai déterminé une fréquence d'alimentation des flux de communication à respecter.

Augmenter sa communauté

- J'ai identifié des leaders d'opinion et je les ai contactés pour les inclure dans ma communauté.
- J'implique les bénéficiaires, les clients et tous les sympathisants du projet.

Augmenter sa visibilité

- J'ai identifié des potentiels ambassadeurs pour représenter le projet.
- J'organise des événements en collaboration avec d'autres entreprises sociales qui ont une grande visibilité, des entreprises publiques ou privées, des administrations...



Changer d'échelle

Faire le point

- J'ai un modèle économique rentable et pérenne.
- J'ai les moyens financiers et humains.
- J'ai challengé mon projet pour voir les axes d'amélioration.
- J'ai une équipe opérationnelle capable de mener les actions en mon absence.

Se préparer

- J'ai conscience que changer d'échelle équivaut souvent à tout reconstruire.
- J'ai étudié le nouveau marché et le besoin social dans la nouvelle zone ciblée.
- Mon modèle est répliquable.
- Je souhaite augmenter/maximiser mon impact social et/ou environnemental.
- Je reviens au début du livret.

Se faire accompagner

- Je me suis renseigné(e) sur les incubateurs ou les programmes d'accompagnement pour le changement d'échelle.
- J'ai évalué la possibilité d'opter pour la co-création.

Nous espérons que le guide « Rêvez, Osez, Créez ! », disponible en intégralité sur up-conferences.fr, et la check-list que vous avez entre les mains vous seront utiles au développement de votre projet.

Nous vous invitons à partager vos idées, votre projet et vos pistes d'amélioration sur la plateforme d'échanges UP Campus du GROUPE SOS (www.groupe-sos.org/up-campus).

N'hésitez pas à postuler pour les prochaines éditions du Dreamstorming sur cette même plateforme et bénéficier de conseils d'experts.

Maintenant, il ne vous reste plus qu'à « Rêver, Oser, Créer » !

Pour en savoir plus sur les auteurs

Le **GROUPE SOS** est une des premières entreprises sociales européennes. Depuis près de 30 ans, il met l'efficacité économique au service de l'intérêt général. Il répond ainsi aux enjeux de société de notre époque en développant des solutions innovantes dans ses 5 cœurs de métiers : JEUNESSE, EMPLOI, SOLIDARITES, SANTE, SENIORS.

Le GROUPE SOS en chiffres :

- 12 000 collaborateurs.
- 350 établissements répartis dans 19 régions (Métropole, Guyane, Mayotte, la Réunion, Guadeloupe).
- 1 million de bénéficiaires par an.

Pour plus d'informations : www.groupe-sos.org

Organisées par le Groupe SOS, les **UP Conferences** donnent la parole chaque semaine à celles et ceux qui incarnent l'innovation sociale dans le monde. Ce programme inédit contribue au renouvellement des idées en portant des solutions concrètes pour répondre aux grands enjeux sociaux et environnementaux de demain, et inspirer les générations futures. En mettant à disposition en accès libre des contenus porteurs de sens sur un site dédié, les UP Conferences entendent devenir la plateforme de référence de l'innovation sociale.

Les UP Conferences en chiffres :

- Plus de 30 évènements par an.
- 12 000 participants.
- 150 intervenants, ambassadeurs de l'innovation sociale.
- Soutenues par : Accenture, le Crédit Coopératif, Danone Communities, la Ville de Paris.

Pour plus d'informations : up-conferences.fr

Accenture est une entreprise internationale de conseil en management, technologies et externalisation. Combinant son expérience et ses capacités de recherche et d'innovation développées et mises en œuvre auprès des plus grandes organisations du monde sur l'ensemble des métiers et secteurs d'activité, Accenture aide ses clients – entreprises et administrations – à renforcer leur performance.

Accenture, c'est :

- Plus de **305 000 employés** dans le monde intervenant dans **120 pays**.
- **30 milliards de dollars** de chiffre d'affaires au cours de l'année fiscale clôturée le 31 Août 2014.
- Depuis 2009, la stratégie d'Accenture « Skills to Succeed, Des Compétences pour Réussir », a pour objectif de développer les compétences de **700 000 personnes** dans le monde, pour les aider à trouver un emploi ou à créer leur entreprise. En France, c'est la Fondation d'entreprise Accenture qui met en œuvre cette stratégie avec une vingtaine de partenaires associatifs.

Pour plus d'informations : www.accenture.com/fr

Retrouvez la version complète du guide
« Rêvez, Osez, Créez !
Les clés de l'entreprise sociale »
sur up-conferences.fr