



Plan d’Affaire : Habiba Aouzal
Janvier 2012

Sommaire

[1 Les associés 3](#_Toc314229112)

[1.1 Etat civil 3](#_Toc314229113)

[1.2 Parcours professionnel 3](#_Toc314229114)

[1.3 Motivation 4](#_Toc314229115)

[1.4 Définition de l’activité principale de l’entreprise 4](#_Toc314229116)

[1.5 Fiche synthétique de l’entreprise 5](#_Toc314229117)

[2 Etude de marché 6](#_Toc314229118)

[2.1 Les tendances du marché 6](#_Toc314229119)

[2.2 Les concurrents 8](#_Toc314229120)

[2.3 Les clients 8](#_Toc314229121)

[3 La stratégie de création 9](#_Toc314229122)

[3.1 Le nom 9](#_Toc314229123)

[3.2 L’emplacement 9](#_Toc314229124)

[3.3 Le positionnement 9](#_Toc314229125)

[3.4 Les PARTENAIRES 9](#_Toc314229126)

[3.5 La stratégie commerciale 10](#_Toc314229127)

[3.6 L’évolution de l’entreprise 10](#_Toc314229128)

[4 Etude financière 11](#_Toc314229129)

[4.1 Plan de financement 11](#_Toc314229130)

[4.2 Compte de résultat prévisionnel 12](#_Toc314229131)

[4.3 Chiffre d’affaires prévisionnel 13](#_Toc314229132)

[5 Choix juridiques et sociaux, fiscaux 14](#_Toc314229133)

[5.1 Structure de l’entreprise 14](#_Toc314229134)

# Les associés

## Etat civil

Nom : Aouzal
Prénom : Habiba
Date de naissance : 22 février 1972
Situation familiale : Célibataire
Adresse : 134, Rue Joliot Curie 69160 Tassin la Demi-Lune
Téléphone : 06 70 50 49 89
E-mail : habiba.a@infonie.fr

Nom : Aouzal
Prénom : Mohamed
Date de naissance : 6 juin 1970
Situation familiale : Célibataire
Adresse : 57, Rue des Chênes 42210 Craintilleux
Téléphone : 06 70 50 49 89

## Parcours professionnel

 **Mon parcours professionnel :**

Après un début de carrière professionnel plus axé vers le secrétariat et la comptabilité où j’ai pu mettre en application mes compétences en informatique et dans la formation du personnel à l’outil. L’émergence des nouvelles technologies a renforcé mon désir d’exercé mon activité dans ce domaine. Armé de nouvelles compétences dans ce domaine, j’ai successivement occupé des postes de conceptrice de sites Internet, chef de projet, intégratrice et référenceuse au sein de différentes agences web et chez un annonceur (un client final).

Au cours de mon expérience professionnelle, j’ai toujours fait en sorte que je puisse communiquer avec le client final afin de répondre directement à se demande ou pour le réorienter vers une solution plus favorable.

**Parcours professionnel de l’associé :**

Depuis une vingtaine d’année, mon associé est chef de chantier dans une entreprise de démolition où il est amené à rencontrer beaucoup de chefs d’entreprise susceptibles de devenir des clients potentiel de notre entreprise. Etant déjà salarié dans une autre entreprise, mon associé n’aura pas réellement de rôle dans l’entreprise, il se servira de son carnet d’adresse et de son réseau pour développer la partie commercial et faire connaître notre société.

## Motivation

Après plus d’une dizaine d’années passées à travailler dans des agences web, je me suis aperçu que l’offre proposée aux clients ne correspondait pas réellement à leurs besoins. Après avoir analysé le secteur, il en est ressorti que les clients étaient en attente d’un accompagnement sur tout le processus de la création du site Internet et de la communication autour du site : Recherche d’interlocuteur privilégié, rédaction du contenu web, formation à la mise à jour du site web, délégation de la gestion du site, amélioration de la communication de l’entreprise, force de proposition, réactivité…

Mes objectifs professionnels ne correspondant plus au marché actuel du web où le métier s’est sectorisé et où il faut répondre non plus à la demande du client mais aux exigences d’une direction qui n’a de cesse de réduire le temps imparti à un dossier. Pour pouvoir gérer un client de la phase de l’étude du projet jusqu’à sa maturité (existence réelle sur le net) en passant par toutes les étapes de la création et de l’accompagnement, aucune entreprise ne répond à mes attentes. Il m’est inconcevable d’être une entreprise de communication qui refuse de communiquer avec ses clients ou qui n’a de cesse de réduire le temps de communication.

Au cours des échanges que j’ai pu avoir avec des clients de mon ancienne entreprise, certains m’avaient déjà proposé de créer ma propre structure et de leurs proposer mes services.

Je connais bien le domaine dans lequel je souhaite créer mon entreprise. Ma motivation principale est de créer une entreprise où je puisse travailler en toute confiance avec les clients, dans un domaine que je maîtrise et où je puisse m’épanouir. De plus, j’ai le soutien de ma famille, de mes proches et de mes amis.

L’offre qui sera proposée est en adéquation avec la demande des clients.

## Définition de l’activité principale de l’entreprise

Le référencement consiste à bien positionner un site Internet sur Google et les différents moteurs de recherche avec des requêtes ciblées sur l’activité du client. Lorsqu’un internaute recherche un mot-clé précis, le site doit être visible de préférence dans les premiers résultats de recherche. Un mot clé ou une requête est un ensemble de mots (2, 3, 4 voire plus) qu’un internaute peut saisir, exemple : « agence référencement Lyon ».

On parle de référencement naturel par opposition au positionnement payant, qui consiste à acheter des mots clés (appelé aussi de la publicité payante ou adword) pour apparaitre immédiatement en haut ou à droite des réponses du moteur.

Le référencement naturel se fait sur la durée et s’appuie sur un ensemble d’actions concrètes pour plaire au moteur de recherche et satisfaire les internautes. Plus un client souhaitera apparaître avec une requête concurrentielle, plus le positionnement du site sera difficile et se fera sur une durée plus longue de 6 à 12 mois pour commencer à avoir des résultats concrets.

Les actions et techniques évoluent en permanence. En 2012, un référencement efficace prend en compte des paramètres nouveaux comme l’autorité de l’auteur d’une page, la recommandation sur les réseaux sociaux ou le parcours de l’internaute sur votre site.

Une veille régulière est indispensable pour réussir le référencement naturel d’un site : ce qui pouvait aisément fonctionner il y a quelques années demande aujourd’hui des compétences variées et spécialisées : codage informatique, éditorial, marketing, community management (spécialiste des réseaux sociaux)…

## Fiche synthétique de l’entreprise

L’activité de l’entreprise consistera à la création de sites Internet mais le cœur réel du métier sera le référencement des sites Internet sur le web et la gestion de l’e-réputation sur la toile. L’entreprise proposera avant chaque intervention en référencement un audit du site existant pour évaluer sa faisabilité et son étendu. Il en sera de même pour la gestion de l’e-réputation. Les principaux axes de travail seront :

* Le référencement naturel : analyse des requêtes, optimisation du site existant (structure, texte, ergonomie,…), création de contenu textuel, positionnement géo-localisé, création de communiqué de presse, création de blog
* Le référencement payant : Google Adword, Yahoo, campagne Facebook
* Les réseaux sociaux : création de compte Facebook et des pages, formation à la gestion du compte
* Le suivi des positionnements
* La formation à l’utilisation des CMS (Drupal, Prestashop, Joomla)
* La prestation de consultant en interne
* La création de sites Internet : Charte graphique, intégration des contenus, développement

**Localisation :**Principalement en région Rhône-Alpes : la Loire, le Rhône et l’Isère… mais également Paris et la région parisienne

# Etude de marché

## Les tendances du marché

Le référencement est devenu le nerf de la guerre. On distingue le référencement naturel et le référencement payant. Le marché des liens sponsorisés explose et avec lui les solutions techniques ; en effet plus de 45% des e-marchands considèrent les liens sponsorisés comme le meilleur moyens de recruter de nouveaux clients.

**Conception de site :**Faire un site Internet est devenu une chose aisée, accessible à tous, même aux néophytes. Le web regorge d’offres à prix cassés mais qui malheureusement ne tiennent pas comptes de toutes les règles élémentaires d’un « bon site » : Ergonomie, accessibilité, design, respect des standards, qualité du code, qualité des contenus…

**Quelles tendances exploseront en 2012 ?**

Marché de la publicité en ligne, e-commerce, mobilité, Web social... Que réserve l'année 2012 pour l'e-business ? Le JDN esquisse quelques tendances.

**L'achat de publicité en temps réel va exploser :**En France, l'année 2012 devrait être marquée par une explosion de l'achat d'espaces publicitaires en ligne en temps réel et l'essor des ad exchange, qui permettent d'acheter des espaces correspondant aux audiences souhaitées. Au premier semestre 2011, un peu moins de 4% des investissements display ont été faits en RTB (real time bidding : Enchère en temps réel) selon Capgemini Consulting qui anticipait une accélération sur la seconde partie de l'année. Mais ce n'est vraiment qu'en 2012 que le RTB devrait constituer un relais de croissance pour le marché français de la publicité en ligne.
Le principe des enchères en temps réel s’applique désormais également dans le domaine de l’achat d’espaces publicitaires display sur les sites éditoriaux en dehors même du programme Adsense de Google. Avec la mise à jour continuelle de l’algorithme de Google, reste à surveiller l’orientation que Google va donner à ce concept : Va-t-il sanctionner les sites proposant des RTB ?

**2012 : Année de la suprématie des écrans nomades :**C'est cette année que **le nombre de téléphones et de tablettes va dépasser celui des ordinateurs personnels traditionnels** en termes de volumes produits selon le cabinet IDC. Ce qui laisse présager que toutes les entreprises ayant un site techniquement « obsolète » devront visuellement le refaire pour apparaître sur les écrans nomades.

**La gamification va devenir une norme de fidélisation :**Principe qui vise à **gratifier les internautes via des systèmes de récompenses** (badges, déblocage de fonctionnalités) et de compétition entre les différents utilisateurs permet à la fois de **générer de la notoriété, de l'engagement et surtout de la fidélisation** en rendant ludique l'usage de ses services. S'il ne s'agit pas d'un concept nouveau, **la gamification devrait connaître une forte popularité en 2012**. Mise en lumière par des services comme Foursquare. La gamification est promise à un bel avenir. Selon l'institut Gartner, 70% des 2 000 plus grandes entreprises cotées auront au moins une application utilisant de telles mécaniques.

**L’e-commerce va devenir ubiquitaire (omniprésent) :**En 2012, les frontières entre e-commerce, m-commerce « commerce mobile »et commerce vont considérablement s'estomper pour offrir une **expérience d'achat "seemless" d'un canal à l'autre**. Les enseignes de distribution devraient ainsi **développer les offres de drive** (achat en ligne et retrait en magasin), **déployer bornes et tablettes en magasin** en tant qu'outils d'aide à la vente, **fusionner leurs programmes de CRM on et offline**... Quant aux pure players, ils devraient de plus en plus **proposer leurs propres points de retrait, multiplier les services mobiles** et même, pour certains, **œuvrer à la visibilité en ligne des points de vente physiques**.

**L’activité sociale va devenir permanente :**Dans la sphère du Web communautaire, l'**actualisation automatique et en temps réel de l'activité des internautes et mobinautes** devrait monter en puissance. Après le lancement de l'Open Graph de Facebook en 2011, les internautes vont de moins en moins avoir besoin d'effectuer eux-mêmes des actions de partage social (cliquer sur un bouton "J'aime", etc.). Leurs contacts pourront **connaître en temps réel ce qu'ils lisent, écoutent ou achètent** en ligne et pourquoi pas bientôt hors ligne. A une condition : que cette production permanente de données pouvant relever de la sphère privée ne finisse pas par inquiéter les internautes.

**La publicité vidéo va poursuivre sa croissance :**En France, **la publicité vidéo devrait représenter un marché de 60 millions d'euros en 2011** et ce segment du marché de la publicité en ligne semble promis à une autre forte croissance en 2012. Avec la **multiplication des vidéos monétisables** et la **consommation croissante de contenus en ligne**, de nombreux annonceurs devraient commencer à intégrer la vidéo en ligne dans leurs campagnes TV. Selon Forrester, **les investissements publicitaires mondiaux dans les formats vidéo devraient passer de 2 milliards de dollars en 2011 à 5,4 milliards** à l'horizon 2016 en Amérique du Nord, Europe et Asie.

Source : <http://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/tendances-e-business-2012/>

Aux jours d’aujourd’hui, Google est le principal voire le seul moteur de recherche en France. Face à l’émergence des réseaux sociaux, Google a enfin lancé en 2011 son réseau social « Google + » pour contrer son principal concurrent mais néanmoins ennemi Facebook.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Parts de marchéGoogle** | **Parts de marchéBing** | **Parts de marchéYahoo** |
| **Etats-Unis** | 65.9 % | 15.1 % | 14.5 % |
| **France** | 90 % | 4 % | 2 % |

*Statistique : Avril 2011*

La guerre entre les 2 tyrans étant lancée, que se passerait-il si Facebook décidait de créer son propre moteur de recherche intégré à sa plateforme ? ou s’il s’alliait à Bing ? Google perdra-t-il sa suprématie si l’on ajoute à cela le « ras le bol » des entreprises face au monopole de Google ?
Il semblerait que le référencement a encore de beaux jours devant lui !

## Les concurrents

## Les clients

La clientèle que je vais cibler sont les TPE, PME PMI, artisans et commerçants souhaitant un site Internet qui leur offrira de la visibilité et ayant compris les contraintes de cet outil. Il faut que le site Internet est une utilité et que le client soit prêt à consacrer du temps à l’élaboration du cahier des charges.

# La stratégie de création

## Le nom

Après de moult recherches, analyse des noms et ressenti par rapport au client, un nom a retenu mon attention. Il s’agit de Allizéo.

Ecrit comme tel, ce nom est disponible en marque, en nom de domaine avec les 2 extensions voulue. Toutefois, il existe une entreprise nommée « Aliséo » installée comme prestataire de santé en Loire Atlantique et ayant déposée les classes que je convoite, à savoir : 35, 38, 40 et 41 et proposant les produits et services suivants : « *Appareils et instruments médicaux et paramédicaux. Appareils de ventilation. Revues, prospectus, catalogues, journaux. Distribution de prospectus, documentation. Gestion de fichiers informatiques. Organisation d'expositions à buts commerciaux ou de publicité. Télétransmission, transmission de messages et de banques de données. Transmission d'informations par réseaux de communications internationaux informatiques, à savoir Internet. Formation médico-technique et sociale. Edition de livres et de revues. Organisation et conduite de colloques, conférences, congrès. Recherche scientifique, médicale et paramédicale. Location de temps d'accès à un centre serveur de bases de données. Soins et assistance médicaux et paramédicaux, assistance respiratoire à domicile.* »

Je suis en train de faire une recherche pour voir s’il n’y a pas de risque de similarité. Je vais directement contacter l’exploitant de la société pour voir si le fait d’utiliser un nom proche est gênant ou pas.

## L’emplacement

Au départ, j’exercerai l’activité depuis mon domicile. Mais je prévois de prendre un local d’ici 6 à 12 mois suivant l’avancement de l’activité.

## Le positionnement

Qualité
Réactivité

Possibilité de créer l’intégralité du site Internet et de proposer le référencement et la gestion de la e-réputation possibilité de ne proposer que le référencement et d’effectuer les modifications au niveau de l’optimisation du code possibilité de ne gérer que la e-réputation (inscription dans les différents réseaux sociaux et buzz)

## Les PARTENAIRES

L’activité principale de la société est le référencement, toutefois il se peut que ma clientèle désire la création ou la refonte de leur site Internet. A cet effet et pour proposer une prestation de graphisme sur-mesure, je travaillerai avec des graphistes indépendants. J’ai actuellement 3 graphistes partenaires prêt à répondre à la demande.

Concernant la partie développement, j’ai 2 développeurs indépendants.

Pour ce qui est des partenaires non liés à l’activité :

Avocat : Cabinet Avocats & Partenaires – Maître Frachon
Expert comptable : En cours de recherche

## La stratégie commerciale

## L’évolution de l’entreprise

Pour être pérenne dans le domaine du web, il faut constamment se remettre en question, analyser l’offre proposée, écouter les attentes des clients, améliorer voire diversifier ses compétences par de la formation.

J’espère que d’ici 1 an l’entreprise aura son local et que nous pourrons recruter un commercial et un technicien.

# Etude financière

## Plan de financement



## Compte de résultat prévisionnel



## Chiffre d’affaires prévisionnel



# Choix juridiques et sociaux, fiscaux

## Structure de l’entreprise

Raison sociale : Allizéo
Siège social : Tassin la demi-Lune

Forme juridique : SARL
Capital : 6 000 €

Statut fiscal : Réel normal
Régime social : Travailleur non salarié