

LAMIÉL

Partageons le goût d'entreprendre

2025

APPEL D'OFFRE

LAMIÉL

Partageons le goût d'entreprendre



Co financé par



TABLE DES MATIERES

PREREQUIS 3

VOLET 1 : SECURISER LE LANCEMENT

TESTER ET VALIDER SON OFFRE 5

STRATEGIE MARKETING & COMMUNICATION 7

VOLET 2 : DEVELOPPER ET DONNER DE L'AMBITION

PITCH ET PROSPECTION COMMERCIALE 9

TROUVER DES FINANCEMENTS 11

PREAMBULE

1-Présentation de La Miel

Dans le cadre de l'accompagnement des créateurs et dirigeants d'entreprises implantés sur le territoire de Plaine Commune, la Maison de L'Initiative Economique Locale souhaite apporter un soutien technique additionnel à ses bénéficiaires en leur proposant des formations pragmatiques. L'objectif est de leur permettre de réaliser des outils opérationnels pour le montage et le développement de leur entreprise.

2-Contenu pédagogique

Le prestataire présentera les méthodes pédagogiques utilisées pendant la formation : études de cas, mises en situation formations action, jeux pédagogiques etc.

Il proposera aussi une boîte à outils et des modèles de documents pour une mise en application directe pendant et après la formation. Il est attendu de la part des intervenants à sensibiliser les stagiaires à intégrer une stratégie et des outils de l'économie sociale et solidaire.

Doivent figurer dans sa réponse, de manière claire : le contenu de la proposition, le déroulé de la formation, un devis ainsi que toutes les pièces justificatives demandées.

Il pourra notamment s'associer avec un autre formateur pour réaliser la mission mais devra fournir son CV.

3-Critères de sélection

L'évaluation des candidatures se fera selon une notation allant de 1 à 10.

La Miel se réserve le droit d'attribuer une ou plusieurs formations aux formateurs sélectionnés en fonction du nombre de points obtenus.

Exclusion totale des membres du Conseil d'Administration de la Miel et ses salariés.

Chaque critère sera pondéré par un coefficient figurant dans le tableau ci-dessous.

	COEFFICIENT	CRITERES
NOTATION SUR 10	7	Proposition financière du consultant
	7	Expertise sur le thème de la formation
	5	Expérience dans l'animation de formations
	5	Contenu de l'offre : qualité de la proposition
	7	Méthode pédagogique employée : description des scénarios Pédagogiques (détail de l'organisation, objectifs, progression Pédagogique, horaires , matériel, idées s-clés à retenir, supports Pédagogiques)
	6	Connaissance des TPE et créateurs d'entreprises
	2	Connaissance du territoire
	3	Saisie des enjeux : adéquation de l'offre aux attentes de La Miel et de Ses bénéficiaires
2	Appartenance à des réseaux d'entreprises : capacité à être des relais Permettant de valoriser les actions de la Miel	

Chaque candidature devra OBLIGATOIREMENT être accompagnée :

- D'un curriculum vitae précisant les affiliations des candidats à des associations et groupements professionnels ;
- D'un extrait de KBIS
- Des Chiffres d'affaires réalisés au cours des trois dernières années
- D'une assurance Responsabilité Civile et Professionnelle (RCP)
- D'une attestation sur l'honneur de non soumissionnement (*il s'agit d'une attestation sur papier libre de non sous-traitance du prestataire*)

4 - Conditions de réalisation de la formation

8 à 12 porteurs de projets/dirigeants tous secteurs confondus.

En cas de force majeure, l'atelier pourra être animé à distance (en visioconférence) et ces dates sont susceptibles d'être modifiées, reportées ou d'être annulées si un minimum de 5 participants n'est pas atteint.

5 – Règlement de consultation

Les candidats devront répondre par voie numérique et disposeront d'un mois à compter de la date de publication de l'appel d'offre pour y répondre.

La Miel se réserve le droit de négocier avec les candidats ayant présenté une offre et cette négociation peut porter sur tous les éléments de l'offre et notamment sur le prix. Après la remise des offres et en fonction du contenu de celles-ci, la Miel pourra ainsi définitivement décider si négociation doit avoir lieu ou non et avec quels candidats.

Le classement des candidatures admises s'opère uniquement au vu de critères s'appuyant sur les garanties et capacités techniques et financières ainsi que les références professionnelles des candidats. La Miel se réserve le droit de ne pas sélectionner d'offre si aucune ne satisfait aux critères de qualité requis

6 - Date limite de réception des candidatures

Proposition pédagogique et financière à remettre au plus tard **dimanche 16 février 2025** avant minuit.

Tout retard ou tout dossier incomplet ne sera pas étudié.

Un courrier de notification électronique sur le statut de votre candidature vous sera envoyé dans un délai de 20 jours ouvrés maximum suivant la date de clôture.

Pour les candidats non retenus, les motifs du rejet ne seront communiqués qu'à ceux qui auront fait la demande par écrit. La Miel s'engage à leur répondre dans un délai de 15 jours à compter de la réception de cette demande.

7 - Coordonnées des responsables de l'opération

Les candidatures sont à transmettre **en version numérique** à : (Envoyer aux 2 contacts)

Lydia TAZAMOUCHT Directrice Ltazamoucht@lamiel.org	Malika AHANSAL Resp. Admin. financier contact@lamiel.org
--	--

ETUDE DE MARCHÉ : TESTER ET VALIDER SON OFFRE

Objectifs :

- Faire une étude de marché agile, légère, mise en œuvre rapidement et facilement. Le but est d'amener le stagiaire à passer à l'action rapidement grâce notamment à des **outils** accessibles et peu coutantes comme les outils et solutions **numériques**.
- Connaître les méthodes de test de l'idée et choisir la plus adaptée à sa situation
- Connaître leur marché en réunissant un certain nombre d'éléments **quantitatifs et qualitatifs**
- Définir son offre et les caractéristiques des produits et services proposés
- Obtenir rapidement un retour de ses utilisateurs pour confirmer/infirmier ses hypothèses de solution
- Valider l'opportunité et le modèle économique de son projet
- Découvrir les différents types de Business model

Résultats attendus

- Confirmer l'**existence d'un besoin** et d'une demande clients,
- Identifier son marché et ses évolutions avec recherches documentaires (ressources) et différents outils
- Récolter des informations quantitatives et qualitatives sur son marché. Définir la **taille du marché**, la dimension géographique et le volume en CA
- Analyser la demande et construction de sa **cible** (dimension qualitative et quantitative) en utilisant notamment des outils tels que FB audience, carte empathie etc...
- Connaître, comprendre et quantifier sa ou ses cible(s).
- Définir son positionnement : Identifier la concurrence directe et indirecte, définir ses valeurs, son **avantage concurrentiel**, son marketing mix, business model canvas. L'utilisation d'outils est recommandée (exemple facebook library, outils de scraping, parsehub, google trends ...) ...
- Réaliser des **simulations** de lancement d'une première version (prototype, MVP ...)
- Valider l'opportunité et le modèle économique de son projet
- Définir son **prix de vente** et son prix de revient
- Analyser et interpréter les données (retours) du marché
- Valider leurs choix en termes de segments clients et de positionnement en vue de pénétrer durablement le marché
- Intégrer les enjeux environnementaux et sociaux dans la stratégie d'entreprise

A l'issue de la formation, les participants auront les outils et la méthodologie pour valider la faisabilité de leur idée sur leur marché.

Conditions de réalisation de la formation

1 atelier comprend 2 jours de formation en présentiel. Fréquence : 3 ateliers.

Planning :

Session 1

- 3 mars de 9h30 à 17h30
- 4 mars de 9h30 à 17h30

Session 2

- 9 juin de 9h30 à 17h30
- 10 juin de 9h30 à 17h30

Session 3

- 29 septembre de 9h30 à 17h30
- 30 septembre de 9h30 à 17h30

Session 4

- 17 novembre de 9h30 à 17h30
- 18 novembre de 9h30 à 17h30

STRATEGIE MARKETING & COMMUNICATION

Objectifs

- Évaluer et choisir les réseaux sociaux appropriés pour son entreprise
- Créer et gérer son compte professionnel sur les plateformes digitales choisies
- Maîtriser les techniques de création et publication de contenus sur les réseaux sociaux ;
- Définir sa propre stratégie de communication digitale
- Planifier et maintenir une diffusion cohérente des publications sur les sociaux définis.
- Maîtriser les outils digitaux permettant de booster la visibilité de son activité
- Production/rédaction de contenu grâce à l'IA, stratégie des hashtags, emojis...
- Les bonnes pratiques (Ce que l'algorithme aime et met en avant),
- Gestion et Animation de Communauté / Clientèle
- Maîtriser les fonctionnalités de Canva pour création visuels et vidéos

Résultats attendus

- Valiser le positionnement et la cible grâce au marketing
- Travailler son identité de marque
- Elaborer sa stratégie marketing et de communication
- Choisir les réseaux sociaux en fonction leur activité et de leur cible (B2B ou B2C)
- optimiser le profil de l'entrepreneur sur LinkedIn ou Instagram
- optimiser la page entreprise.
- Ligne éditoriale : Créer des posts (cas pratique sur l'actualité de l'entreprise)
- Fédérer une audience autour de son projet
- Mettre en place des campagnes de pubs rentables
- Publicités payantes sur les réseaux sociaux
- Mieux structurer la création de contenus
- Améliorer la présence et la notoriété sur les RS
- Créer des publications engageantes qui permettent de faire des conversions.
- Créer des visuels (logo, carte de visite, flyers....)
- Analyser les performances de ses actions et les améliorer

Contenu pédagogique

Le prestataire présentera les méthodes pédagogiques utilisées pendant la formation : cas pratiques, mises en situation formations action, jeux pédagogiques etc.

Il proposera aussi une **boîte à outils** et une mise en application **pratique** pendant et après la formation.

Il est libre dans le contenu et la méthodologie qu'il proposera dans la mesure où ceux-ci contribuent à atteindre les objectifs fixés.

Doivent néanmoins figurer dans sa réponse, de manière claire : le contenu de la proposition, le déroulé de la formation ainsi qu'un devis.

Il pourra notamment s'associer avec un autre formateur pour réaliser la mission.

Planning

Session 1

- 5 mars de 9h30 à 17h30
- 6 mars de 9h30 à 17h30

Session 2

- 11 juin de 9h30 à 17h30
- 12 juin de 9h30 à 17h30

Session 3

- 01 octobre de 9h30 à 17h30
- 02 octobre de 9h30 à 17h30

Session 4

- 19 novembre de 9h30 à 17h30
- 20 novembre de 9h30 à 17h30

PITCHER ET PROSPECTER EFFICACEMENT

Objectifs

Accompagner et former les participants au pitch et aux différentes méthodes de prospection et de ventes appliquées à la spécificité de leurs projets :

Pitch

- Exprimer la valeur ajoutée du projet ou de l'entreprise et susciter l'intérêt de la cible par une accroche
- Travailler son argumentaire et élaborer un message en fonction de ses objectifs de communication et des destinataires
- Jouer de son image, laisser une bonne première impression et paraître à l'aise à l'oral

Préparer l'action commerciale

- Concevoir sa stratégie de prospection commerciale,
- Mettre au point le plan optimal de prospection
- Connaître les réseaux sociaux professionnels et les outils digitaux.

Être à l'aise dans l'argumentaire de prospection et de vente

- Développer sa résistance à l'échec.
- Questionner pour comprendre les besoins explicites et implicites.
- Développer le portefeuille d'opportunités
- Développer la relation de fidélité

Résultats attendus

A l'issue de la formation, les participants doivent être capables de :

- Faire une présentation courte et percutante dans l'objectif de convaincre de l'intérêt de leur projet ou de leur entreprise
- D'ajuster le style et le contenu de leur discours en fonction de l'interlocuteur : jury de concours, clients, financeurs, fournisseurs etc
- Définir la stratégie commerciale et organiser leur plan de prospection
- Construire leur argumentaire commercial et traiter les objections
- Obtenir des RDV et réussir leurs entretiens
- Savoir négocier une vente et conclure
- Mettre en place un tableau de bord de suivi, d'analyse et de relance de sa prospection
- Utilisation d'outils digitaux pour planifier et automatiser certaines actions de prospection (emailings, relances ...)

Conditions de réalisation de la formation

1 atelier comprend 2 jours de formation en présentiel. Fréquence : 3 ateliers

Planning

Session 1

- 7 avril de 9h30 à 17h30
- 8 avril de 9h30 à 17h30

Session 2

- 7 juillet de 9h30 à 17h30
- 8 juillet de 9h30 à 17h30

Session 3

- 3 novembre de 9h30 à 17h30
- 4 novembre de 9h30 à 17h30

Session 4

- 01 décembre de 9h30 à 17h30
- 02 décembre de 9h30 à 17h30

TROUVER DES FINANCEMENTS, FAIRE SON PREVISIONNEL FINANCIER

Objectifs :

- Apporter un soutien technique à **toute entreprise nouvellement créée** sur le thème des obligations fiscales, sociales et comptables, de l'organisation comptable et administrative à adopter pour une entreprise en création ;
- Modéliser
- Connaître les clefs d'un business plan réussi ;
- Comprendre les outils de pilotage indispensables en phase de création d'entreprise (Plan de financement initial, compte de résultat, plan de trésorerie, plan de financement à 3 ans, BFR, seuil de rentabilité les ratios à surveiller) ;
- Connaître et rechercher les sources de financements possibles ;
- Acquérir les compétences, tant linguistiques que techniques, nécessaires au suivi de la comptabilité de leur entreprise ;
- Maîtriser les outils nécessaires pour développer une relation de partenariat efficace avec son expert-comptable ;
- Savoir présenter les outils financiers à un financeur.

Résultats attendus

- Définir conjointement avec l'intervenant, l'**organisation comptable et administrative de leur entreprise** ;
- Informer le dirigeant sur l'ensemble de leurs obligations fiscales, sociales et comptables.
- Maîtriser les notions linguistiques de gestion ;
- Définir son prix de vente et son prix de revient
- Définir ses hypothèses de chiffre d'affaires
- Construire un plan de test réalisable à court terme
- Connaître les conditions d'obtention d'un prêt bancaire ;
- Comprendre les objectifs du business plan ;
- Définir les prévisions financières ;
- Connaître les coûts fiscaux ;
- Mettre en place ses tableaux de bord (plan de financement, compte de résultat et plan de trésorerie) ;
- Dialoguer avec ses partenaires financiers (banque, expert-comptable).

Conditions de réalisation de la formation

1 atelier comprend 2 jours de formation en présentiel. Fréquence : 4 ateliers

Planning :

Session 1

- 9 avril de 9h30 à 17h30
- 10 avril de 9h30 à 17h30

Session 2

- 9 juillet de 9h30 à 17h30
- 10 juillet de 9h30 à 17h30

Session 3

- 5 novembre de 9h30 à 17h30
- 6 novembre de 9h30 à 17h30

Session 4

- 03 décembre de 9h30 à 17h30
- 04 décembre de 9h30 à 17h30