

FEUILLE DE TRAVAIL: ÉTUDE DE FAISABILITÉ

Le produit

Décrivez le produit. Donnez le plus de détails possible dont le type d'emballage requis pour sa mise en marché.

Marché cible

Votre marché cible est le groupe identifié de clients qui a le plus de chance d'acheter votre produit ou votre service.

Avantage concurrentiel

Les aspects de votre produit ou service qui amèneront un client à se procurer ce que vous offrez plutôt que les produits ou services offerts par une autre entreprise.

Matériaux de production

Décrivez les matériaux nécessaires pour fabriquer le produit. Les matériaux comprennent les matières premières et les approvisionnements (colle, ruban adhésif, etc.) qui seront les composants du produit final. Les matériaux utilisés pour l'emballage doivent aussi être inclus.

Les frais fixes et les frais variables sont les deux principales composantes de l'ensemble des frais généraux d'une entreprise. Les frais fixes sont ceux qui ne fluctuent pas, même en présence d'un changement du niveau des activités de production ou du volume des ventes. Les frais fixes comprennent le loyer, les assurances ou les frais de location d'équipement, les salaires et les dépenses reliées à la publicité. Les frais variables, quant à eux, sont ceux qui sont directement et proportionnellement influencés par le niveau et le volume d'activité. Ils comprennent le coût des matières premières, le salaire horaire et les commissions, les coûts reliés aux services, à l'inventaire, aux fournitures de bureau, à l'emballage, aux envois postaux et à la livraison.

Comment faire pour évaluer vos dépenses?

Rendez-vous en ligne pour vous renseigner sur le coût des matériaux dont vous aurez besoin pour confectionner votre produit ou offrir votre service. Téléphonnez directement aux magasins qui n'ont pas de services en ligne. Magasinez!

Matières premières requises	Coût des matériaux par unité
Coût variable total par unité =	

Coûts fixes	Coût par unité
Coût fixe total =	

Prix de vente (approximatif)

Combien pensez-vous pouvoir vendre votre produit ou votre service?

Seuil de rentabilité

Le seuil de rentabilité d'une entreprise est atteint lorsque les ventes de cette dernière lui permettent de couvrir exactement ses frais de dépenses. L'entreprise vend donc suffisamment de son produit à l'unité pour recouvrer ses dépenses sans réaliser de profit ou essuyer des pertes. Si l'entreprise vend plus, alors elle réalise un profit.

Coûts et prix fixes – coûts variables = Seuil de rentabilité en unités

Faites le calcul: combien de produits à l'unité devrez-vous vendre pour atteindre le seuil de rentabilité?

Étapes de production

Étape 1

Étape 2

Étape 3

Étape 4

Étape 5

Éléments à considérer:

- Les matériaux sont-ils facilement accessibles sur le marché?
- Y a-t-il suffisamment d'étapes dans la production ou dans la réalisation du travail pour impliquer tous les membres de l'équipe dans le projet?
- Certaines compétences sont-elles nécessaires pour la conception et la fabrication du produit? Si oui, est-ce qu'un membre de votre équipe détient ces compétences?

Y a-t-il des problèmes avec la disponibilité des matériaux pour ce produit?

Précautions en santé et sécurité

Préparez votre échantillon!

- **Et préparez votre pitch!**
- Vous aurez une minute pour présenter efficacement votre produit ou votre idée de service.
- Soyez créatifs!
- Votre plan de travail doit être complété et remis à votre enseignant(e)/conseiller(ère) pour pouvoir présenter votre idée.
- Les étudiants seront les personnes qui évalueront les présentations.
- L'enseignant(e) /conseiller(ère) comptabilisera les résultats pour déterminer le meilleur produit ou le meilleur service.

Assurez-vous d'inclure dans votre pitch les éléments suivants:

- Une description claire de votre produit
- Votre marché cible
- Votre avantage concurrentiel
- Les coûts approximatifs de production
- Le prix de vente suggéré
- Le chiffre approximatif du seuil de rentabilité
- Un slogan accrocheur pour promouvoir votre produit