



LaMiel

APPELS D'OFFRES Ateliers 2024

TABLE DES MATIERES

Tester et valider son offre	3
Trouver des financements	5
Pitcher et prospector efficacement	7

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 le **25 janvier 2024** 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 adjointe Ltazamoucht@lamiel.org	Malika AHANSAL Responsable du Service Administratif et financier contact@lamiel.org
---	--

ETUDE DE MARCHE : TESTER ET VALIDER SON OFFRE

Objectifs :

- Amener les participants à passer à l'action le plus rapidement possible
- Faire une étude de marché légère, mise en œuvre rapidement et facilement.
- 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/infirmer 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, définir les solutions adaptées
- Récolter des informations quantitatives et qualitatives sur son marché
- Connaître, comprendre et quantifier sa ou ses cible(s)
- Valider leurs choix en termes de segments clients et de positionnement en vue de pénétrer durablement le marché
- Identifier la concurrence directe et indirecte ainsi que son positionnement par rapport à l'offre existante ainsi que son avantage concurrentiel ;
- Intégrer les enjeux environnementaux et sociaux dans la stratégie d'entreprise
- Réaliser des simulations de lancement d'une première version (proptotype, MVP ...)
- Valider l'opportunité et le modèle économique de son projet
-

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

- 30 janvier 9h – 17h30
- 9 février 9h – 17h30

Session 2

- 5 mars 9h – 17h30
- 19 mars 9h – 17h30

Session 3

- 4 juin 9h – 17h30
- 21 juin 9h – 17h30

Session 4

- 1 octobre 9h – 17h30
- 15 octobre 9h – 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 :**
 - **14 mars** de 9h à 17h30

- **15 mars** **de 9h à 17h 30**

- **Session 2 :**
 - **16 mai** **de 9h à 17h 30**
 - **17 mai** **de 9h à 17h 30**

- **Session 3 :**
 - **11 juillet** **de 9h à 17h 30**
 - **12 juillet** **de 9h à 17h 30**

- **Session 4 :**
 - **07 novembre** **de 9h à 17h 30**
 - **08 novembre** **de 9h à 17h 30**

Cahier des charges de l'atelier de formation

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 :**
 - **22 février** de 9h à 17h30
 - **23 février** de 9h à 17h 30

- **Session 2 :**
 - **11 avril de 9h à 17h30**
 - **12 avril de 9h à 17h 30**

- **Session 3 :**
 - **27 juin de 9h à 17h30**
 - **28 juin de 9h à 17h 30**

- **Session 4 :**
 - **24 octobre de 9h à 17h30**
 - **25 octobre de 9h à 17h 30**