

Guide de croissance



**Women in Business
Femmes en affaires**

New Brunswick | Nouveau-Brunswick

Différentes stratégies de croissance

Guide de travail sur la croissance

Gestion de la croissance d'entreprise

Table des matières

Section 1- Stratégies de croissance

Comprendre la croissance de l'entreprise	4
Qu'est-ce que la croissance du chiffre d'affaires vs la croissance du bénéfice net?	4
Stratégies pour augmenter votre chiffre d'affaires :	5
1. Pénétration du marché.	5
2. Expansion ou développement du marché.....	5
3. Développement de produit.....	6
4. Diversification.....	6
5. Acquisition d'autres entreprises ou fusion.....	7
Stratégies pour augmenter votre bénéfice net	7
1. Ajustement des prix.....	8
2. Comparaison des dépenses.....	8
3. Exploitation dans un environnement optimisé (lean).....	8
4. Réduction des paiements d'intérêt et des dépenses inutiles.....	10
Meilleures pratiques pour favoriser la croissance de votre entreprise	10
1. Travailler de façon judicieuse.....	10
2. Utiliser la puissance du mentorat.....	11
3. Concentrer vos efforts de marketing.....	11
4. Engager un dialogue avec les clients potentiels.....	11
5. Ne pas cesser d'apprendre.....	11
Section 2- Guide de travail sur la croissance	13
Section 3-Gestion de la croissance de l'entreprise	18
Défis de la gestion de la croissance de votre entreprise	18
1. Finances.....	18
2. Processus optimisé (lean).....	19
3. Adaptation au marché.....	19
4. Ressources humaines.....	19
5. Production/service/processus de vente au détail actuels.....	20

<u>Annexe -A-</u>	22
1. Mission.....	22
2. Valeurs.....	22
3. Énoncé de vision.....	23
4. Communiquer votre mission, vos valeurs et votre vision.....	24
5. Liste de vérification : MISSION – VALEURS – VISION.....	24
<u>Annexe -B-</u>	25
1. Réseau Entreprises Canada.....	25
2. Statistique Canada.....	25
3. Industrie Canada.....	26
4. Gouvernement du Canada.....	26
5. Gouvernement du Nouveau-Brunswick.....	26
6. Bibliothèques.....	26
7. Clients existants.....	26
8. Fournisseurs.....	26
9. Concurrence.....	26
10. Google.....	26
<u>Annexe -C-</u>	27
1. Ressources financières.....	27
2. Ressources humaines.....	28
3. Ressources de formation.....	29
4. Mentorat et réseaux.....	30
5. Recherche de produits.....	32
6. Chaîne d’approvisionnement.....	34

Section 1- Stratégies de croissance

Qu'est-ce que la croissance de l'entreprise?

La croissance de l'entreprise est le processus d'amélioration d'une mesure de cette dernière. Elle peut être réalisée soit en augmentant le chiffre d'affaires (revenus) de l'entreprise grâce à des ventes de produits ou des revenus de service plus élevés, ou en augmentant le bénéfice net (rentabilité) de l'entreprise en minimisant les coûts.¹

Qu'est-ce que la croissance du chiffre d'affaires vs la croissance du bénéfice net?

Croissance du chiffre d'affaires vs croissance du bénéfice net :

Le chiffre d'affaires et le bénéfice net sont deux des plus importantes lignes de l'état des résultats d'une entreprise. Les investisseurs et les analystes y prêtent attention afin de déceler tout signe de changement d'un trimestre à l'autre et d'une année à l'autre.

Le chiffre d'affaires représente les revenus ou les ventes brutes d'une entreprise. Par conséquent, lorsqu'une entreprise affiche une « croissance du chiffre d'affaires », elle enregistre une augmentation des ventes brutes ou des revenus.

Le bénéfice net représente le résultat net d'une entreprise ou le chiffre figurant sur la dernière ligne de l'état des résultats.

Plus précisément, le bénéfice net est le revenu d'une entreprise après que toutes les dépenses ont été déduites des revenus. Ces dépenses comprennent les frais d'intérêt payés sur les prêts, les frais généraux et administratifs et l'impôt sur le revenu. Le bénéfice net d'une entreprise peut aussi être appelé revenu net ou profit net.²

¹ BusinessDictionary. (2019). Business Growth. <http://www.businessdictionary.com/definition/business-growth.html>

² Kariya, M (2019, April 15). Bottom-Line Growth vs. Top-Line Growth: An Overview. <https://medium.com/@maheshkariya/bottom-line-growth-vs-top-line-growth-an-overview-565b324136f7>

Stratégies pour augmenter votre chiffre d'affaires :

Il existe de nombreuses stratégies que vous pouvez utiliser pour développer votre entreprise. En voici quelques-unes :

1. Pénétration du marché
2. Expansion ou développement du marché
3. Développement de produit
4. Diversification.
5. Acquisition d'autres entreprises ou fusion

1. Pénétration du marché

L'une des stratégies de croissance des entreprises est la pénétration du marché. Une petite entreprise utilise une stratégie de pénétration du marché lorsqu'elle décide de commercialiser des produits existants dans son marché actuel, pour obtenir une plus grande part du gâteau. La seule façon de faire croître une entreprise en utilisant des produits et des marchés existants est d'augmenter la part de marché. La part de marché est le pourcentage des ventes unitaires et en dollars qu'une entreprise détient dans un certain marché par rapport à tous les autres concurrents.

La pénétration du marché nécessite une solide exécution des prix, de la promotion et de la distribution afin de développer le marché (ce qui signifie vendre une quantité supérieure du même produit au même marché). Une façon d'augmenter la part de marché est de diminuer les prix. Par exemple, dans les marchés où il y a peu de différenciation entre les produits, un prix inférieur peut aider une entreprise à augmenter sa part du marché.

2. Expansion ou développement du marché

Une stratégie d'expansion du marché, souvent appelée développement du marché, implique la vente de produits actuels sur un nouveau marché. Il existe plusieurs raisons pour lesquelles une entreprise peut envisager une stratégie d'expansion du marché. Premièrement, la concurrence peut être telle qu'il n'y a pas de place pour la croissance sur le marché actuel. Si une entreprise ne trouve pas de nouveaux marchés pour ses produits, elle ne peut augmenter ses ventes ou ses bénéfices.

Une petite entreprise peut également utiliser une stratégie d'expansion du marché si elle trouve de nouvelles utilisations pour ses produits.

Par exemple, vous fabriquez actuellement des produits de soins de la peau que vous vendez dans votre propre commerce de détail et vous aimeriez maintenant faire entrer ce produit dans d'autres points de vente au détail au Nouveau-Brunswick.

À l'annexe B, vous trouverez de nombreuses ressources supplémentaires sur l'étude de marché.

À l'annexe C, vous trouverez des ressources telles que de l'aide financière et des programmes pour vous aider à développer votre entreprise.

3. Développement de produit

Une petite entreprise peut également élargir sa gamme de produits ou ajouter de nouvelles caractéristiques pour augmenter ses ventes et ses profits. Lorsque les petites entreprises utilisent une stratégie de développement de produits, elles continuent de vendre sur leur marché existant. Souvent, une stratégie de développement de produits fonctionne bien lorsque la technologie commence à changer. Une petite entreprise peut également être obligée d'ajouter de nouveaux produits à mesure que les plus anciens deviennent désuets.

Par exemple, un fabricant de produits de soins de la peau ajoute une gamme de produits de maquillage à sa sélection de produits pour la peau. La vente de produits de maquillage serait destinée au même marché.

À l'annexe C, vous trouverez des liens vers diverses ressources pour vous aider dans le développement de votre produit.

4. Diversification

Les stratégies de croissance au sein des entreprises comprennent également la diversification; où une petite entreprise vendra de nouveaux produits à de nouveaux marchés. Ce type de stratégie peut être très risqué. Une petite entreprise devra planifier soigneusement lorsqu'elle utilise une stratégie de croissance par diversification. Une étude de marché est essentielle puisque l'entreprise devra déterminer si les consommateurs du nouveau marché aimeront potentiellement ses nouveaux produits.

Par exemple, la même entreprise de soins de la peau qui lance une gamme de produits de maquillage vend également le produit à un plus grand marché. Il peut s'agir de vendre en ligne ou d'exporter des produits/services dans d'autres pays. Cela peut également signifier faire partie d'une chaîne d'approvisionnement.

Saviez-vous que Femmes en affaires N.-B. compte parmi son personnel une agente de développement qui se spécialise dans le secteur de l'exportation et du commerce international?

À l'annexe C, vous trouverez des liens vers divers programmes financiers et de développement de produits pour vous aider.

5.Acquisition d'autres entreprises ou fusion

Les stratégies de croissance au sein des entreprises peuvent également inclure une acquisition. Dans le cas d'une acquisition, une société achète une autre société pour diversifier ses activités. Une petite entreprise peut utiliser ce type de stratégie pour élargir sa gamme de produits et pénétrer de nouveaux marchés. Une stratégie de croissance par acquisition peut être risquée, mais pas aussi risquée qu'une stratégie de diversification.

L'une des raisons est que les produits et le marché sont déjà établis. Une entreprise doit savoir exactement ce qu'elle désire réaliser lors de l'utilisation d'une stratégie par acquisition, principalement en raison de l'investissement important nécessaire à sa mise en œuvre.³

Voici des liens vers des listes de vérification de diligence raisonnable qui pourraient vous aider dans votre décision :

<https://westmoreland.score.org/resource/buying-business-due-diligence-checklist>

<https://www.bdc.ca/FR/articles-outils/demarrer-acheter-entreprise/acheter-entreprise/Pages/comment-evaluer-entreprise.aspx>

Stratégies pour augmenter votre bénéfice net

Les propriétaires de petites entreprises prospères ne cessent de penser à des façons d'augmenter leurs revenus. Lorsque les temps sont durs, chaque dollar supplémentaire compte. Et quand les choses vont bien, un bilan sain peut vous permettre d'établir un fonds d'urgence, ou même de développer votre entreprise. Voici quelques stratégies à considérer si vous souhaitez améliorer vos résultats :

1. Ajustement des prix
2. Comparaison des dépenses
3. Exploitation dans un environnement optimisé (lean)
4. Réduction des paiements d'intérêt et des dépenses inutiles

³ Suttie, R. (2019, February 12). Growth Strategies in Business. <https://smallbusiness.chron.com/growth-strategies-business-4510.html>

1. Ajustement des prix

Si vos ventes ne sont pas ce qu'elles devraient être, évaluez vos prix et déterminez si c'est juste, non seulement pour vos clients, mais aussi pour vous. Si les ventes sont bonnes, mais que les bénéfices ne sont pas suffisants, il pourrait être temps de penser à une augmentation. Regardez ce que vos concurrents facturent et envisagez une augmentation qui aidera votre profit, sans faire fuir les clients. Considérez l'augmentation du coût de la vie. Si vous payez plus pour vos fournitures, vous devez ajuster votre prix en fonction de l'inflation. Par exemple, vous pourriez également être en mesure d'ajuster la taille des portions si vous êtes restaurateur.⁴

2. Comparaison des dépenses

La comparaison de vos dépenses en pourcentage par rapport à d'autres entreprises du même secteur vous fournit des renseignements sur les aspects où il y a place à amélioration.

Par exemple :

Vos revenus sont de 75 000 \$.

Vos dépenses salariales sont de 32 % et la norme de l'industrie se situe à une moyenne de 25 %.

La différence de 7 % (7 % de 75 000 \$) = 5 250 \$. Ce qui signifie que vous pouvez augmenter votre bénéfice de 5 250 \$. Pour atteindre cette différence de 7 %, vous devrez envisager d'ajuster les horaires de travail ou éventuellement de redéfinir les tâches de travail pour devenir plus efficaces.

Voici les liens vers les normes de l'industrie du gouvernement du Canada :

<https://www.ic.gc.ca/app/sme-pme/bnchmrkngtl/rprt-flw.pub?execution=e1s1&lang=fra>

<https://www.bdc.ca/fr/articles-outils/argent-finance/gerer-finances/pages/normes-sectorielles-applicables-ratios-financiers.aspx>

Veillez noter que certains consultants souscrivent à des renseignements sur les normes de l'industrie pour les chefs de file de l'industrie et peuvent vous aider à ajuster ou rationaliser vos activités pour qu'elles deviennent plus efficaces. Renseignez-vous auprès d'une représentante de Femmes en affaires N.-B. pour plus de détails.

3. Exploitation dans un environnement optimisé (lean)?

a) Qu'entend-on par optimisé (ou lean)? En d'autres mots, une gestion optimisée vise à créer plus de valeur pour les clients avec un minimum de ressources. Une organisation lean comprend ce qui a de la valeur aux yeux du client et concentre ses processus clés pour continuellement améliorer cette valeur. Le but ultime est de fournir une valeur parfaite pour le client grâce à un processus parfait sans aucun gaspillage.

Si le lean prône le client d'abord, quelle est sa valeur aux yeux du client? Quels services et caractéristiques le client désire-t-il? Quand les veut-il et quel prix est-il prêt à payer? Vous avez

⁴ NevadaSmallBusiness.com (2019). Ten Strategies to Improve Your Bottom Line.
<https://nevadasmallbusiness.com/ten-strategies-improve-bottom-line/>

besoin de ces renseignements pour être en mesure d'examiner vos processus de commande de fournitures, la gestion des stocks, la fabrication de produits/la prestation de services/la vente de produits de détail et la livraison de produits aux clients tout en gérant les processus administratifs internes nécessaires pour répondre aux besoins des clients.

b) Les principes du lean s'appliquent aux secteurs de la fabrication, des services et de la vente au détail. Une notion erronée courante veut que le lean ne convient qu'à la fabrication. C'est faux. Le lean s'applique dans toute entreprise et dans chaque processus. Il ne s'agit pas d'une tactique ou d'un programme de réduction des coûts, mais d'une façon de penser et d'agir pour toute une organisation. « Lean » signifie créer un processus qui élimine ou réduit les inefficacités et le gaspillage.

c) Voici quelques exemples :

Pour le secteur manufacturier :

Un fabricant veut augmenter la taille de son usine de fabrication pour ajouter plus d'espace d'entreposage et de nouveaux équipements pour répondre aux besoins des clients. Cela nécessiterait des investissements importants et exercerait une pression sur le fonds de roulement de l'entreprise. Grâce à un programme lean, les processus allant de la commande de fournitures, du maintien des stocks, de la fabrication du produit à la livraison du produit au client seraient examinés et améliorés. Les résultats possibles sont que l'entreprise pourrait ne pas avoir besoin d'une expansion, pourrait réduire la quantité d'espace nécessaire pour entreposer uniquement les stocks dont elle a besoin, éliminer l'encombrement et les déchets sur le plancher de fabrication et réorganiser le flux de travail. Ce faisant, l'entreprise devrait constater une réduction du gaspillage, une productivité accrue, une augmentation du bénéfice net et pourrait ne pas avoir besoin d'une expansion.

Pour le secteur des services :

Les entreprises de ce secteur sont soumises à des pressions constantes pour offrir un service à la clientèle exceptionnel. Qu'il s'agisse d'un fournisseur de soins de santé, d'une entreprise informatique ou d'un service de marketing, il existe encore des processus inutiles qui pourraient être supprimés ou réduits. Parmi ces processus, mentionnons le déplacement de fichiers, de renseignements ou de documents, les files d'attente de commandes à traiter, les retards causés par l'absence de renseignements, les voies d'approbation inutiles pour les documents et le fait de ne pas bien faire les choses la première fois.

Pour le secteur du détail :

Les entreprises de ce secteur doivent conserver la bonne quantité de marchandises sur le plancher tout en ayant la bonne quantité d'inventaire pour répondre aux besoins des clients. Les processus de contrôle et de commande des stocks sont très importants pour ce secteur. Vous devez évaluer et comprendre les cycles et les tendances d'achat des clients. Examinez les systèmes de gestion de la demande et de gestion des commandes afin d'améliorer l'efficacité au sein de l'entreprise.

Enfin, la disposition des marchandises permettra non seulement d'améliorer l'expérience d'achat des clients, mais pourrait également aider à gérer l'inventaire.

La réalisation d'une initiative lean nécessitera la participation de tout le personnel et augmentera normalement la satisfaction et la participation du personnel. Devenir plus efficace peut signifier l'ajout de nouvelles technologies, de nouvelles innovations ou d'automatisation.⁵

À l'annexe C, vous trouverez de l'information sur les diverses sources disponibles pour vous aider dans ce processus.

Femmes en affaires N.-B. peut vous mettre en contact avec divers spécialistes dans votre démarche pour devenir plus efficace.

4. Réduction des paiements d'intérêt et des dépenses inutiles

Si vous êtes en affaires depuis un certain temps et que vous avez établi de bons antécédents de crédit, vous pourriez être admissible à un prêt ou une carte de crédit d'affaires à un taux inférieur. Discutez avec votre banquier de vos prêts existants afin de voir s'ils peuvent être refinancés ou consolidés. Remboursez les cartes de crédit avant la date d'échéance. Les intérêts composés, ou les intérêts sur les intérêts, peuvent prolonger votre période de paiement sur une longue période, vous coûtant beaucoup plus d'argent. Établissez une relation avec vos fournisseurs qui vous permettra d'obtenir des modalités de paiement net dans 15 ou 30 jours sur l'acquisition de stocks.

Les dépenses inutiles peuvent souvent entraîner des profits décevants. Ces derniers peuvent prendre plusieurs formes, telles qu'un espace de bureau coûteux, une publicité inefficace, de petits achats frivoles, des stocks difficiles à écouler, etc. Prévoyez un certain temps pour examiner attentivement où vous dépensez votre argent, puis cherchez des façons de diminuer vos dépenses. Il est très coûteux de conserver des stocks qu'on a peine à écouler.⁶

Femmes en affaires N.-B. peut vous aider à examiner diverses options.

Meilleures pratiques pour favoriser la croissance de votre entreprise

1. Travailler de façon judicieuse

En tant que propriétaire de l'entreprise, essayez-vous de tout faire vous-même, ou avez-vous appris à déléguer des tâches de routine à d'autres membres de votre équipe? La remise de tâches

⁵ Crawford, M (2016, March 9). 5 Lean Principles Every Engineer Should Know. <https://www.asme.org/topics-resources/content/5-lean-principles-every-should-know>

⁶ NevadaSmallBusiness.com (2019). Ten Strategies to Improve Your Bottom Line. <https://nevadasmallbusiness.com/ten-strategies-improve-bottom-line/>

non essentielles à d'autres peut libérer du temps que vous pouvez utiliser pour la planification stratégique, l'étude de nouvelles possibilités et d'autres tâches complexes qui font meilleur usage de votre temps. Par ailleurs, les membres de l'équipe pourraient apprécier la confiance que vous leur accordez et investir davantage dans l'entreprise, réduisant ainsi les frais associés au roulement du personnel.

2. Utiliser la puissance du mentorat

Il est toujours utile de faire appel à un mentor en entreprise. Des gens autour de vous sont en affaires depuis beaucoup plus longtemps et cette expérience peut être utile non seulement pour elles, mais pour quiconque désire apprendre d'eux. Trouvez une personne qui comprend ce que c'est d'être propriétaire d'une entreprise et tentez d'apprendre de leurs erreurs et de leurs réussites. Femmes en affaires N.-B. serait ravie de vous mettre en contact avec un mentor et serait également heureuse de discuter avec vous si vous êtes intéressée à devenir mentor.

Joignez-vous à réseau de femmes en affaires ou à une chambre de commerce locale; vous trouverez de nombreuses occasions de rencontrer et d'échanger avec des personnes qui ont les mêmes aspirations que vous. À l'annexe C de ce guide, vous trouverez de l'information sur divers réseaux de femmes en affaires et programmes de mentorat offerts au Nouveau-Brunswick.

3. Concentrer vos efforts de marketing

Assurez-vous que vos messages de marketing s'adressent à la bonne cible démographique. Si vous voulez être entendu et compris, il est beaucoup moins efficace de vous adresser au monde entier que de taper sur l'épaule d'une personne qui pourrait être intéressée par ce que vous avez à dire. Faites des recherches, pensez à qui est le plus susceptible de bénéficier de votre produit ou service, puis examinez comment atteindre ce groupe de personnes. Quel message et quelle voie de communication leur plairaient le plus? Réagiraient-elles mieux aux courriels, à la messagerie mobile ou aux annonces dans les magazines?

4. Engager un dialogue avec les clients potentiels

Vous ne pouvez pas vous attendre à simplement mettre en place un peu de marketing et de publicité, puis rester les bras croisés et laisser les clients venir à vous. Vous devez également retrousser vos manches et établir un contact direct. Que ce soit par le biais de prospection téléphonique, de visites en personne ou de la mise en place d'un stand de fournisseurs lors d'un événement local, prenez l'initiative de parler directement aux gens de votre produit ou service. N'ayez pas peur de demander à vos clients actuels de vous proposer des clients. Les gens sont plus susceptibles de visiter une entreprise que quelqu'un a directement recommandée. Les indications de clients peuvent donc être un excellent moyen d'établir votre clientèle et d'augmenter vos profits. Femmes en affaires N.-B. peut vous aider à trouver les ressources dont vous avez besoin pour établir une bonne stratégie de marketing.

5. Ne jamais cesser d'apprendre

Peu importe votre degré de compétence, ne vous reposez jamais sur vos acquis. N'arrêtez jamais d'apprendre et de chercher des moyens de vous améliorer. Les temps changent, tout comme les technologies. Restez à la fine pointe autant que possible. Participez à des événements de

l'industrie, lisez des publications sur l'industrie et tenez vos connaissances à jour.⁷ Femmes en affaires N.-B. peut vous aider à trouver les ressources dont vous avez besoin pour poursuivre votre apprentissage.

L'annexe C de ce guide vous fournira des liens sur diverses ressources pour accéder à de la formation.

⁷ NevadaSmallBusiness.com (2019). Ten Strategies to Improve Your Bottom Line. <https://nevadasmallbusiness.com/ten-strategies-improve-bottom-line/>

Section 2- Guide de travail sur la croissance

Cette section a été conçue pour vous aider dans le processus de croissance de votre entreprise en vous portant à vous poser quelques questions simples, mais importantes pour assurer la croissance de votre entreprise

Questionnaire du guide de travail

1. Désirez-vous faire croître votre entreprise? Pourquoi désirez-vous faire croître votre entreprise?

2. Le produit ou service que vous ajoutez correspond-il à la vision, la mission et aux valeurs de votre entreprise? Vous n'êtes pas certain? Voir l'annexe A pour la définition et la façon de créer votre propre énoncé de vision et de mission.

3. Quel est le marché pour ce produit ou service? Quel est votre marché actuel? Qui sont vos clients?

4. Qui sont vos véritables concurrents (soyez honnête envers vous-même)? Qu'offrez-vous de différent par rapport à vos concurrents? En d'autres mots, de quelle façon vos produits ou services se distinguent-ils de vos concurrents? Quel est votre créneau?

5. De qui se compose votre nouveau marché potentiel pour votre nouveau produit? Que savez-vous à leur sujet?

6. Comment percerez-vous ce nouveau marché? Voir l'annexe B pour savoir où trouver des renseignements supplémentaires ou des marchés potentiels.

7. De quelle façon livrerez-vous votre produit ou service aux marchés sélectifs? Il existe divers réseaux de distribution. Quel est le meilleur choix pour vous et votre entreprise?

a) Comment ferez-vous la mise en marché de votre produit? Quelle est votre stratégie?

b) En quoi cela diffère-t-il de la façon dont vous faites actuellement la mise en marché de votre produit?

Les canaux de distribution du marketing sont l'un des classiques « 4P » (produit, promotion, prix et distribution ou *place* en anglais. Ils représentent un élément clé de votre stratégie de marketing globale - ils vous aident à élargir votre portée et augmenter vos revenus.

Les entreprises B2B (commerce électronique interentreprises) et B2C (commerce électronique de détail) peuvent vendre par l'intermédiaire d'un canal de distribution unique ou par l'intermédiaire de plusieurs canaux, dont :

- Grossiste/distributeur
- Direct/Internet
- Direct/catalogue
- Direct/équipe de vente
- Distributeur à valeur ajoutée
- Consultant
- Revendeur
- Vente au détail
- Agent de vente/représentant du fabricant

8. Avez-vous les systèmes internes en place pour faire croître votre entreprise?

Comment adaptez-vous les éléments suivants?

a) Processus administratifs : Les processus administratifs sont les tâches de bureau nécessaires au maintien d'une entreprise. Il s'agit notamment des ressources humaines (recrutement, paie, etc.), du marketing et de la comptabilité. Tout ce qui implique la gestion de l'information qui soutient une entreprise est un processus administratif. Les processus administratifs n'ajoutent généralement pas de valeur directe à votre entreprise, mais ils sont nécessaires pour s'assurer que tout continue de tourner. Examinez vos processus administratifs pour voir s'ils peuvent présenter des possibilités de croissance du bénéfice net.

b) Processus de production : Les processus de production impliquent les étapes et les entrées (plans et savoir-faire) afin de produire quelque chose (un produit ou un service) propre à la consommation (sortie). C'est l'acte de créer des biens ou des services qui ont de la valeur.

c) Processus d'approvisionnement :

d) Processus de distribution :

e) Ressources humaines : Quels sont vos besoins en matière de ressources humaines? (Nombre d'employés, formation, spécialités...)

f) Quels actifs sont nécessaires? (Équipement, bâtiment...)

g) Comment adaptez-vous vos mesures internes?

h) Les éléments précités sont-ils tous des éléments lean?

9. Quels sont les coûts associés à cette croissance? Quel financement est nécessaire? Comment sera-t-il obtenu? Finances/ressources :

10. Comment ces coûts sont-ils financés? (Voir l'annexe C - Lien vers diverses ressources et renseignements sur le financement.)

11. Quel est votre seuil de rentabilité? Votre flux de trésorerie peut-il soutenir les changements?

Section 3- Gestion de la croissance de l'entreprise

Défis de la gestion de la croissance de l'entreprise

Au fur et à mesure que vous développez votre entreprise, différents problèmes et défis se présenteront. Vous devrez trouver une solution pour chaque situation. Différents problèmes exigent différentes solutions. Ce qui a fonctionné il y a un an pourrait ne plus être la meilleure approche.

Reconnaître les défis potentiels et planifier à l'avance aidera votre entreprise à poursuivre sa croissance. Vous rencontrerez des défis dans de nombreux aspects commerciaux. Nous mentionnons ici quelques catégories et quelques conseils sur la planification préliminaire pour aider à trouver des solutions.⁸

1. Finances
2. Administration
3. Adaptation au marché
4. Ressources humaines
5. Production/service/processus de vente au détail actuels

1. Finances :

Avant d'envisager de développer votre entreprise, vous devez établir une base solide. Vous devez comprendre ce que vos chiffres vous révèlent. N'attendez pas la fin de l'année pour examiner votre situation financière. Votre état financier vous guidera dans votre processus décisionnel. Vos états financiers devront également être en ordre si vous avez besoin d'un prêt d'une institution financière.

Établissez vos antécédents de crédit et vos fournisseurs (payer vos factures à temps, effectuer des paiements de services publics et de téléphone cellulaire, maintenir un solde bas sur vos cartes de crédit...).

Si vous envisagez de faire croître votre entreprise, vous devrez savoir comment vous financerez cette croissance.

Vous devrez générer suffisamment de revenus pour justifier le coût de la croissance. Avez-vous préparé les prévisions de votre flux de trésorerie?

Il vous faudra peut-être travailler avec un consultant qui vous aidera à comprendre vos états financiers. Femmes en affaires N.-B. peut vous aider à accéder aux ressources appropriées.

⁸ La Chambre de commerce du Montréal métropolitain (2019). Les défis du développement d'une entreprise et comment les relever <https://www.infoentrepreneurs.org/fr/guides/bl---defis-du-developpement-d-une-entreprise-et-comment-les-relever/>

2. Processus optimisé (ou lean)

Si vous désirez réduire les inefficacités et le gaspillage, il vous faudra apporter des changements. La mise en œuvre de changements au sein d'une entreprise représente toujours un défi en soi. Examinez comment vous procéderez à la mise en œuvre de changements au sein de votre entreprise, comment vous communiquerez ces changements et comment ils seront perçus par votre personnel et vos clients.

Posez-vous la question à savoir si votre système actuel est efficace. Examinez ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas et les raisons qui l'expliquent.

Demandez-vous s'il serait logique du point de vue organisationnel, financier et de la qualité, d'externaliser davantage vos services administratifs ou de les déléguer.

3. Adaptation au marché

Dans la société actuelle, la concurrence est féroce. Vous devez bien connaître votre marché de niche. Adoptez de nouvelles technologies. Examinez comment vous pouvez ajouter de la valeur à votre produit ou service existant. Fixez des objectifs précis.

Demandez-vous ce que vous savez sur les changements à venir. Pouvez-vous prévoir des événements (politiques, sociaux ou économiques) qui pourraient modifier la demande de vos produits ou services? Veuillez voir les exemples suivants :

- Politiques (nouveaux règlements gouvernementaux)
- Sociaux (alimentation/tendances alimentaires pour les restaurants ou tendances écologiques (vertes) générales)
- Économiques (mises à pied à l'usine locale, réduction globale du pouvoir d'achat de vos clients)

Répondez-vous encore à un besoin et ce besoin continuera-t-il à être ressenti par vos clients? Avez-vous besoin de vous adapter au besoin du marché?

4. Ressources humaines

Au fur et à mesure que votre entreprise se développe, vous devrez adapter vos ressources humaines.

a) Haute direction :

Êtes-vous la meilleure personne pour effectuer une tâche donnée ou serait-il logique de la déléguer afin que vous puissiez vous concentrer sur la croissance? La qualité sera-t-elle la même? Déléguer signifie confier la responsabilité, mais aussi le pouvoir et la prise de décision.

Au début de l'exploitation d'une entreprise, les gens assument de nombreux rôles et la communication est informelle; les fondateurs dirigent l'entreprise. Toutefois, à mesure que l'entreprise se développe, les entrepreneurs sont aux prises avec le fardeau de gérer l'entreprise (paperasse et administration). Êtes-vous prêt à conférer le pouvoir décisionnel à d'autres?

b) Modifications à la structure de l'entreprise :

Si votre entreprise continue de croître, vous devrez modifier votre structure d'entreprise en fournissant un niveau de gestion supplémentaire.

5. Production/service/processus de vente au détail actuels

Votre processus actuel vous est-il profitable? Comment pouvez-vous améliorer le processus? Avez-vous examiné l'aménagement de la ligne de production? Avez-vous parlé avec votre personnel de la façon d'apporter des améliorations? (C'est tout aussi important dans l'industrie des services.) Travaillez-vous dans un environnement encombré? Est-il clair pour tout le monde ce qui doit être fait et pourquoi?

Quels processus allez-vous mettre en place dans votre entreprise?

Questions à vous poser lors de la croissance de votre entreprise⁹ :

- a) Mes états financiers sont-ils en règle?
- b) Comment puis-je utiliser mes états financiers pour faciliter mon processus décisionnel?
- c) Comment vais-je financer la croissance de mon entreprise?
- d) Puis-je générer suffisamment de revenus pour justifier le coût associé au projet de croissance?
- e) Puis-je en faire davantage pour bâtir mon dossier de crédit?
- f) Est-ce que je fais tout ce que je peux pour réduire les inefficacités?
- g) Mes systèmes actuels sont-ils efficaces?
- h) Serait-il logique d'externaliser ou de déléguer certains services administratifs?
- i) Suis-je à l'écoute de ce que mes employés ont à dire sur les changements que j'ai mis en œuvre? Dois-je changer la façon dont je communique avec les autres?
- j) Puis-je prévoir des événements qui changeraient le cycle de vie de mon produit ou service?
- k) Suis-je pleinement conscient de ma concurrence? Suis-je continuellement à la recherche de nouvelles façons d'offrir un produit ou un service innovant? Devrais-je me spécialiser davantage dans un produit ou un marché spécifique?
- l) Dois-je déléguer davantage ou peut-être assumer davantage de responsabilités?
- m) Est-ce que je prévois les changements qui pourraient survenir?

⁹ La Chambre de commerce du Montréal métropolitain (2019). Revoir le rendement de votre entreprise <https://www.infoentrepreneurs.org/fr/guides/bl---revoir-le-rendement-de-votre-entreprise/>

Voici d'autres outils en ligne pour vous aider dans la croissance de votre entreprise :

a) La Chambre de commerce du Montréal métropolitain (Info Entrepreneurs)

<https://www.infoentrepreneurs.org/fr/guides/bl---defis-du-developpement-d-une-entreprise-et-comment-les-relever/>

b) Desjardins

<https://www.desjardins.com/coopmoi/entreprises/fiches-conseils/index.jsp>

Annexe A

1. Mission

a) L'énoncé de mission d'une entreprise est un énoncé général qui décrit sa « raison d'être ». Chaque entreprise produit quelque chose. C'est sa mission. L'énoncé de mission oriente tous les efforts vers un objectif commun.

b) Pour définir la mission, utilisez les paramètres suivants :

- Le domaine d'activité de l'entreprise
- L'expertise de l'entreprise
- Les produits et services
- La clientèle cible
- Les caractéristiques qui distinguent l'entreprise de la concurrence

c) Voici un exemple d'énoncé de mission :

« Notre hôpital vétérinaire se spécialise dans les soins des animaux de compagnie. »

Quel est votre énoncé de mission?

2. Valeurs

a) Les valeurs expriment ce qui est important pour le propriétaire de l'entreprise; les principes qui le guident et ce qu'il désire inculquer aux employés, aux clients et aux fournisseurs. Les valeurs communes agissent comme un moyen puissant de développer l'esprit d'équipe et un sentiment d'appartenance. Pour que les valeurs soient véritablement appliquées dans l'ensemble de l'entreprise, tous les employés doivent comprendre ces valeurs et y adhérer.

b) Comment choisir les valeurs :

Les valeurs répondent aux questions suivantes :

- Qu'est-ce que nous représentons?
- Qu'est-ce qui motive nos décisions?
- Quels principes régissent notre environnement de travail?

c) Exemples de valeurs :

1. Valeurs concernant les clients : Les valeurs sont les principes qui lient l'entreprise à des clients satisfaits. Par exemple : Un accueil chaleureux, la courtoisie, l'intégrité, la serviabilité et la qualité du service après-vente.

2. Valeurs concernant le personnel : Les valeurs doivent également refléter les principes directeurs concernant la gestion du personnel. Les valeurs servant également à promouvoir l'entreprise et à attirer l'intérêt des employés potentiels.

Par exemple : Respect, communication, esprit d'équipe, participation des employés, confidentialité, harmonie, créativité, propreté du site, sécurité, équilibre travail-famille et participation communautaire.

3. Valeurs concernant les fournisseurs : Les valeurs peuvent spécifier le type de relation que l'entreprise espère maintenir avec ses fournisseurs. Les valeurs peuvent également indiquer les qualités que l'entreprise recherche chez ses fournisseurs.

Par exemple : Compétence, sincérité, flexibilité, respect, communications efficaces, respect mutuel des valeurs, reconnaissance mutuelle des besoins et des partenariats.

Exemple de « valeurs » pour le même hôpital vétérinaire :

« Nos clients sont fidèles parce qu'ils apprécient notre service personnalisé, notre compétence et l'empathie de nos employés. »

Quelles sont vos valeurs?

3. Énoncé de vision

a) Une vision est une description de ce que la direction de l'organisation désire réaliser à l'avenir. Elle transmet le concept d'excellence et de réussite future.

b) Comment déterminer votre vision :

- Utiliser des verbes d'action, tels que : développer, agir, promouvoir, etc.;
- Rédiger un texte dynamique;
- Couvrir les éléments clés sur l'endroit où l'entreprise désire faire sa marque auprès des clients et des fournisseurs;
- Concurrents et partenaires;
- Soyez clair et concis. Ne diluez pas le message en le rendant trop long.

c) Exemple de vision pour le même hôpital vétérinaire :

« Améliorer constamment nos services en assurant la formation continue de nos professionnels. »

Quel est votre énoncé de mission?

4. Communiquer votre mission, vos valeurs et votre vision

- Afficher la mission, les valeurs et la vision dans la salle de réception, aux yeux de tous.
- Garder la vision d'entreprise à l'esprit lors de toute prise de décision.
- Expliquer aux employés le lien entre les changements organisationnels et la vision d'entreprise.
- Inclure les valeurs dans les publications commerciales et les offres d'emploi.

5. Liste de vérification : MISSION – VALEURS – VISION

- Consulter et écouter : la mission, les valeurs et la vision sont définies par le leadership, mais il est fortement recommandé que la direction et les employés participant à l'exercice de la définition de ces composantes fondamentales.
- Rarement modifiées : elles ne sont révisées que lorsque l'environnement change ou que l'entreprise entre sur de nouveaux marchés.
- Elles permettent d'orienter les efforts pour atteindre un objectif commun pour tous. Bien exprimées, elles sont des outils de mobilisation efficaces.
- S'appliquent à l'ensemble de l'entreprise : Tous les employés, de tous les secteurs, doivent respecter ces principes.
- Assurer que les décisions et les actions quotidiennes correspondent à la mission, aux valeurs et à la vision de l'entreprise.¹⁰

¹⁰ Guide de ressources humaines, CBDC Restigouche (date)

Annexe B

Pour des renseignements supplémentaires sur la recherche de marché :

Plus vous en savez sur votre marché, vos concurrents et vos produits, mieux vous serez informé pour prendre votre décision. Voici d'excellentes ressources pour effectuer une étude de marché.

1. Réseau Entreprises Canada

Vous avez besoin de renseignements stratégiques sur vos fournisseurs, vos partenaires, vos concurrents ou les principaux acteurs de votre secteur d'activité? Les Listes et profils d'entreprises (<https://www.infoentrepreneurs.org/fr/intelligence-d-affaires/listes-et-profils-d-entreprises/>) constituent d'excellentes pistes de départ pour entreprendre chaque étape de votre projet d'entreprise.

Autres sources de renseignements sur le marché :

Le Réseau Entreprises Canada fournit des renseignements et des conseils sur les programmes, les services et les règlements des gouvernements provincial et fédéral. Il offre notamment les services suivants :

- Communication directe avec les autres ministères gouvernementaux pour des détails sur les programmes, les services et la réglementation.
- Répertoires, bases de données et brochures sur divers sujets liés aux affaires.

Téléphone : 1-888-576-4444

Site Web : <https://www.canada.ca/fr/services/entreprises.html>

2. Statistique Canada

Statistique Canada offre des statistiques sur la démographie, la santé, l'éducation, la justice, la culture ainsi que sur les revenus et les dépenses par ménage. Ces renseignements sont produits pour l'ensemble du pays et par province, et sont parfois ventilés par grand centre urbain ou autre région infraprovinciale ou petite région. Par exemple, l'*Enquête sur les dépenses des ménages* fournit un aperçu des dépenses annuelles par catégorie, dont la nourriture, les vêtements, le transport, le logement, etc.

Pour plus de renseignements sur Statistique Canada :

Demandes de renseignements et recherche, Statistique Canada : 1-800-263-1136

1888, rue Brunswick

Ligne de commande : 1-800-267-6677

Halifax, N.-É. B3J 2G7

Site Web : <https://www.statcan.gc.ca/>

3. Industrie Canada

Industrie Canada travaille avec les Canadiens de tous les secteurs de l'économie et de toutes les régions du pays à instaurer un climat favorable à l'investissement, à stimuler l'innovation, à accroître la présence canadienne sur les marchés mondiaux et à créer un marché équitable, efficace et concurrentiel.

- Catégories de renseignements clés
- Information sur les entreprises
- Information d'affaires par secteur
- Technologies, innovation, licences
- Services, lois et réglementation du marché
- Information pour les consommateurs

Sans frais : 1-800-328-6189

Site Web : <http://www.ic.gc.ca/Intro.html>

4. Gouvernement du Canada

Le site du gouvernement du Canada vous donne accès à tous les ministères et organismes gouvernementaux fédéraux. Site Web : <https://www.canada.ca/home.html>

5. Gouvernement du Nouveau-Brunswick

Le site du gouvernement du Nouveau-Brunswick vous donne accès à tous les ministères et organismes gouvernementaux provinciaux. Site Web : <https://www.gnb.ca/>.

6. Bibliothèques

Les bibliothèques (publiques, régionales, universitaires, etc.) vous donnent accès aux journaux, magazines, revues d'affaires, publications des associations de l'industrie, répertoires nationaux et internationaux, et peut-être à des documents spécialisés comme des études et des statistiques.

7. Clients existants

Discutez avec vos clients et posez des questions telles que : « Où en sommes-nous? », « Que pensez-vous de notre produit? », « Comment pourrions-nous l'améliorer? », « Que penseriez-vous si nous faisons des ajouts ou des modifications? ».

8. Vos fournisseurs

Ils peuvent vous donner des renseignements sur d'autres produits ou des fournitures qui sont disponibles.

9. Votre concurrence

Bâtir une entreprise plus solide en étant conscient de ce que font vos concurrents <https://www.bdc.ca/fr/articles-outils/marketing-ventes-exportation/marketing/pages/comment-evaluer-concurrents.aspx>.

10. Google

Google est un excellent moyen d'en apprendre davantage sur vos clients, vos concurrents et vos fournisseurs.

Annexe C

Cette section contient des liens vers diverses ressources et divers programmes nécessaires pour appuyer la stratégie de croissance de votre entreprise.

Femmes en affaires NB est là pour vous aider à accéder aux bons programmes ou initiatives qui pourraient vous aider à faire croître votre entreprise. Veuillez communiquer avec votre représentant le plus près.

1. Ressources financières
2. Ressources humaines
3. Ressources de formation
4. Mentorat et réseaux
5. Recherche de produits
6. Chaîne d'approvisionnement

1. Ressources financières

Pour faire croître votre entreprise, vous pourriez avoir besoin d'aide financière. Voici quelques ressources pour vous aider :

a) Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) :

L'APECA (<https://www.canada.ca/fr/promotion-economique-canada-atlantique.html>) crée des possibilités de croissance économique au Canada atlantique et offre des programmes et des initiatives visant à appuyer l'innovation, le développement et l'internationalisation des entrepreneurs. Le financement offert aide les entreprises, y compris celles à forte croissance, aux divers stades de leur développement, à accélérer leur croissance et adopter des technologies innovatrices qui favorisent leur expansion, leurs activités de commercialisation, leur productivité et la conquête de nouveaux marchés, afin de devenir plus concurrentielles à l'échelle mondiale.

b) Opportunités Nouveau-Brunswick (ONB) :

ONB aide les entreprises du Nouveau-Brunswick à diversifier et à se développer (<https://onbcanada.ca/fr/pour-les-entreprises/commencer-a-exporter-ou-accroitre-vos-exportations-au-nouveau-brunswick/>) en trouvant de nouveaux marchés au Canada et à l'étranger.

c) Banque de développement du Canada (BDC) :

La BDC (<https://www.bdc.ca/fr/pages/accueil.aspx>) offre de nombreux guides et conseils, des services d'experts-conseils et du financement pour vous appuyer dans vos projets.

d) Corporations au bénéfice du développement communautaire (CBDC) :

Les CBDC <https://www.cbdc.ca/fr/programmes> sont des organismes sans but lucratif ayant comme mission d'aider les propriétaires d'entreprises du Canada atlantique à réussir.

e) Ulnooweg:

La plupart des entrepreneurs ont besoin d'un certain soutien financier pour faire croître leur entreprise. Ulnooweg peut aider grâce à divers prêts et services d'affaires destinés aux Autochtones (<http://www.ulnooweg.ca/>, en anglais seulement).

f) Ignite Fredericton:

Ignite Fredericton (<https://www.ignitefredericton.com/>, en anglais seulement) offre des conseils d'affaires et des outils de planification gratuits et confidentiels pour vous aider à faire croître votre entreprise.

g) Planet Hatch :

Planet Hatch (<https://www.planethatch.com/>, en anglais seulement) aide les entrepreneurs et les entreprises en démarrage à devenir des entreprises bien positionnées et concurrentielles à l'échelle internationale qui contribuent à la croissance économique et à la prospérité des collectivités du Nouveau-Brunswick.

h) Conseil des arts du Nouveau-Brunswick :

Le Conseil des arts du Nouveau-Brunswick (<http://artsnb.ca/site/fr/a-propos-de-nous/>) est un organisme autonome de financement des arts qui a le mandat de faciliter et de promouvoir la création artistique et de gérer les programmes de financement à l'intention des artistes professionnels de la province.

i) Ministère de l'Agriculture, de l'Aquaculture et des Pêches du Nouveau-Brunswick :

Le ministère de l'AAFNB collabore avec des entreprises et des organismes de toute la province afin d'accroître la sensibilisation du marché aux industries agroalimentaires et des produits de la mer du Nouveau-Brunswick.

(https://www2.gnb.ca/content/gnb/fr/ministeres/10/contacts/dept_renderer.137.html)

2. Ressources humaines

Pour faire croître votre entreprise, vous devrez peut-être augmenter votre personnel ou offrir une formation supplémentaire à vos employés.

a) Working NB :

https://www.welcomenb.ca/content/wel-bien/fr/Employeurs_qui_embauchent.html

b) Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) :

Voir le lien ci-dessus. L'APECA aide à couvrir les frais de spécialistes pour assurer la croissance de votre entreprise.

c) Opportunités Nouveau-Brunswick :

ONB offre un accès à des stratégies de la main-d'œuvre expérimentés

(<https://onbcanada.ca/fr/pour-les-entreprises/faire-croitre-une-entreprise-au-nouveau-brunswick/>)

qui peuvent vous aider à cibler, à attirer, à former et à conserver les travailleurs qualifiés dont vous avez besoin.

3. Ressources de formation

a) SavoirSphère:

Apprentissage et perfectionnement (<https://savoirsphere.ca/>) à travers le Canada atlantique pour aider les entreprises et les organisations à se développer. Offre des formations de base d'une demi-journée ou d'une journée complète. SavoirSphère offre également des formations sur les chaînes d'approvisionnement et l'exportation.

b) Corporations au bénéfice du développement communautaire (CBDC) :

Les CBDC sont des organismes sans but lucratif ayant comme mission d'aider les propriétaires d'entreprises du Canada atlantique à prospérer. Si vous êtes un client des CBDC, vous êtes admissible à des programmes d'aide à la formation. (<http://www.cbdc.ca/fr>)

c) Planet Hatch :

Planet Hatch offre des ateliers, des cours et des séances de formation (<https://www.planethatch.com/>, en anglais seulement).

d) GoForth Institute :

GoForth Institute est le plus important programme de formation en entrepreneuriat en ligne au Canada (<https://www.goforthinstitute.com/>, en anglais seulement) pour aider les propriétaires de petites entreprises à « apprendre ce qu'ils ne savent pas » sur l'exploitation d'une petite entreprise. Le programme 100 Essential Small Business Skills^{MC} de GoForth (<https://www.goforthinstitute.com/training, en anglais seulement>) est conçu pour les entrepreneurs occupés et passionnés comme vous.

e) Programme Oasis au NBCC (New Brunswick Community College) (Miramichi et Woodstock) :

Séances de perfectionnement professionnel mensuelles (<http://nbcc.ca/entrepreneurship/oasis, en anglais seulement>) sur des sujets choisis avec soin en fonction des besoins des entrepreneurs.

f) Entreprise Saint John:

Le programme Catalyst (<https://edgsj.com/en/catalyst-program>), en anglais seulement) aide les entreprises à trouver des solutions aux défis commerciaux complexes.

g) JEDI (Joint Economic Development Initiative) :

L'initiative JEDI (<http://www.jedinb.ca/main.html>, en anglais seulement) offre divers programmes tels que les programmes Indigenous Business Accelerator Program (<http://www.jedinb.ca/aboriginal-business-accelerator-program.html>) et Entrepreneurship and Community Development Program (<http://www.jedinb.ca/economic-development.html>).

h) Women Business Enterprises Canada Council (WBE Canada):

Formation spécialisée offerte à des propriétaires d'entreprises souhaitant promouvoir la diversité et l'inclusion en milieu de travail (<http://supplierdiversitycanada.ca/>, en anglais seulement) au Canada.

i) Working NB : Fournit des programmes de formation de la main-d'œuvre (https://www.welcomenb.ca/content/wel-bien/fr/Employeurs_qui_embauchent.html) ainsi que des renseignements sur les ressources humaines, le perfectionnement des compétences et la planification de la relève.

j) Venn Innovation:

Venn Innovation est l'association industrielle du Nouveau-Brunswick pour l'écosystème de technologie et d'innovation. Elle offre des ateliers et des dîners-conférences sur divers sujets d'affaires. (<https://www.venninnovation.com/>)

4. Mentorat et réseaux

a) Women President Organization (WPO) – Chapitre du Nouveau-Brunswick :

WPO (www.womenpresidentsorg.com, en anglais seulement) est une association mutuelle sans but lucratif représentant des femmes présidentes et chefs de la direction d'entreprises privées cumulant plusieurs millions de dollars de chiffres d'affaires.

b) GroYourBiz:

GroYourBiz réunit des entrepreneures d'ambition lors d'une rencontre mensuelle de type « mastermind » (<https://groyourbiz.com/>, en anglais seulement).

c) Programme Oasis du NBCC (Miramichi et Woodstock) :

Le programme Oasis du NBCC est un programme de mentorat mensuel offrant une valeur importante aux petites entreprises. Vous serez jumelé à un mentor en fonction de vos besoins. Ce dernier travaillera individuellement avec vous (<https://nbcc.ca/entrepreneurship/oasis>, en anglais seulement).

d) Réseau échange Femmes en affaires du Madawaska (REFAM) (Edmundston) :

RÉFAM est une organisation membre qui favorise le réseautage entre les femmes entrepreneures (<http://ccedmundston.com/fr/refam>).

e) Réseau des femmes NOW (Grand-Sault) :

NOW est un réseau interactif de femmes qui partagent à la fois des expériences, des ressources, des conseils et qui collaborent sur des sujets d'intérêts communs (https://www.facebook.com/pg/NOWNetworkofWomen/about/?ref=page_internal).

f) Réseau de femmes en affaires Women in Business Without Borders (Sackville, N.-B. et Amherst N.-É.) :

Depuis 2005, Women In Business Without Borders organise des événements de réseautage et des dîners-causeries à Amherst, en Nouvelle-Écosse et à Sackville, au Nouveau-Brunswick (<http://bizwomen.org/about-us/>, en anglais seulement).

g) Business and Professional Women (BPW) (Grand Moncton) :

BPW du Grand Moncton (www.monctonbpw.com, en anglais seulement) promeut les intérêts des femmes au travail et veille à l'amélioration de la condition des femmes dans tous les secteurs de la société, en particulier dans les entreprises, les professions et l'industrie.

h) Réseau WBN (Women & Business Network) (Fredericton) :

Le réseau WBN Fredericton (<https://www.wbnfredericton.com/about-us/>, en anglais seulement) regroupe des femmes d'affaires de diverses professions offrant des occasions de réseauter, d'établir des relations et d'en apprendre davantage sur les enjeux et les meilleures pratiques d'affaires.

i) Réseau WOMEN (Women of Miramichi Entrepreneurial Network) :

Le réseau WOMEN est un groupe dynamique de femmes professionnelles et entrepreneures (<http://www.womenofmiramichi.com/join-women.html>, en anglais seulement) s'offrant soutien, conseils et éducation les unes aux autres, ainsi qu'à celles s'engageant dans la voie professionnelle ou de l'entrepreneuriat.

5. Recherche de produits

Pour assurer la croissance de votre entreprise, il vous faudra peut-être personnaliser votre produit ou service. Voici quelques programmes pour vous aider :

a) Fonds d'innovation de l'Atlantique (FIA) :

Le Fonds d'innovation de l'Atlantique (FIA) est un programme de financement du gouvernement canadien destiné à soutenir la recherche de technologies novatrices (<http://www.acoa-apeca.gc.ca/fra/Jecherche/informationprogrammes/FondsdInnovationdelAtlantique/Pages/fondsdinnovationdelatlantique%20-Bienvenue.aspx>).

b) Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) :

Le Programme de développement des entreprises (PDE) de l'APECA peut vous aider à mettre sur pied, à agrandir ou à moderniser votre entreprise. Il peut également vous accorder des fonds pour développer vos idées novatrices, améliorer votre compétitivité et élaborer des projets de technologies propres. (<https://www.canada.ca/fr/promotion-economique-canada-atlantique.html>)

c) Opportunités Nouveau-Brunswick (ONB) :

ONB aide les entreprises du Nouveau-Brunswick à diversifier et à accroître (<https://onbcanada.ca/fr/pour-les-entreprises/commencer-a-exporter-ou-accroitre-vos-exportations-au-nouveau-brunswick/>) en trouvant de nouveaux marchés au Canada et à l'étranger.

d) Corporations au bénéfice du développement communautaire (CBDC) :

Les CBDC offrent des Prêts innovation (<http://www.cbdc.ca/fr/programmes/pret-innovation-cbdc>) et des services-conseils liés à l'innovation (<http://www.cbdc.ca/fr/programmes/programme-de-services-conseils-aux-entrepreneurs>) pour faire croître votre entreprise.

e) Banque de développement du Canada (BDC) :

La BDC offre de l'aide financière pour aider au développement de nouvelles technologies (<https://www.bdc.ca/fr/pages/accueil.aspx>).

f) Conseil national de recherches Canada (CNRC) :

Découvrez comment le CNRC peut vous aider à innover (<https://nrc.canada.ca/fr>) avec ses centres de recherche stratégiques et coopératifs, ses services consultatifs scientifiques et techniques, et ses possibilités de concession de licences.

g) SavoirSphère:

Le programme de consultation et de mentorat en commercialisation (CMC) fournit des fonds pour aider les entreprises et les institutions dans les dernières étapes de la commercialisation. (<https://savoirsphere.ca/nos-programmes/programme-de-consultation-et-de-mentorat-en-commercialisation-cmc/>)

h) Venn Innovation:

Talent Venn désire créer des liens pour votre entreprise (<http://www.venninnovation.com/>) afin de soutenir la prochaine génération de vos employés ou appuyer votre environnement d'apprentissage.

i) Politique de gestion de la propriété intellectuelle (PI) du CNRC :

Explorez les possibilités actuelles de concession de licences d'exploitation dans votre industrie, comparez les options de gestion et de concession de licences d'exploitation de la propriété intellectuelle (PI), renseignez-vous sur la stratégie en matière de propriété intellectuelle et lisez la politique du CNRC sur la propriété intellectuelle. (<https://nrc.canada.ca/fr/recherche-developpement/octroi-licences-proprieete-intellectuelle/politique-gestion-proprieete-intellectuelle-cnrc?pedisable=true> <https://nrc.canada.ca/en/node/1387/?pedisable=true>)

j) Centre précommercial de technologies en bioprocédés du Collège communautaire du Nouveau-Brunswick (CCNB), Grand-Sault :

Au cours des années 2000, le CCNB a mis en place différentes pratiques innovantes en collaborant à des initiatives de compostage, de développement de nouveaux produits alimentaires et de production d'éthanol-carburant à partir de résidus de pommes de terre. Le Centre, situé à Grand-Sault, offre des services partout en Atlantique. <https://ccnb.ca/entrepreneurship-et-innovation/recherches-et-services-industriels/centres-et-services-sp%C3%A9cialis%C3%A9s/cptb.aspx>

k) Centre de conservation des sols et de l'eau de l'Est du Canada (CCSEEC), Grand-Sault :

Depuis plus de vingt ans, le CCSEEC est reconnu au Canada atlantique comme un chef de file dans le domaine de la conservation des sols et de l'eau par l'industrie agricole et diverses instances gouvernementales. <https://ccnb.ca/entrepreneurship-et-innovation/recherches-et-services-industriels/centres-et-services-sp%C3%A9cialis%C3%A9s/ccseec.aspx>

l) BioNB:

BioNB est l'autorité de confiance en matière de biosciences au Nouveau-Brunswick. BioNB fait la promotion d'un milieu d'affaires favorable pour les entreprises en biosciences par le coaching, la promotion des intérêts et en bâtissant une communauté. <http://bionb.org/fr/about-us/>

m) Fondation de l'innovation du Nouveau-Brunswick (FINB) :

La Fondation de l'innovation du Nouveau-Brunswick (FINB) peut fournir de l'assistance financière pour le développement de nouvelles technologies.

L'Université du Nouveau-Brunswick (UNB Fredericton) et l'Université de Moncton disposent également d'installations de recherche pour aider au développement de nouvelles technologies. <https://nbif.ca/fr/>

6. Chaîne d'approvisionnement :

Une chaîne d'approvisionnement est un système d'organisations, de personnes, d'activités et de ressources impliquées dans l'acheminement d'un produit du fournisseur au client.

Programme de diversité des fournisseurs :

50 % des entreprises canadiennes appartiennent à des femmes, mais seulement 5 % des contrats entre entreprises et gouvernements sont attribués à des entreprises appartenant à des femmes.

Le programme de diversité des fournisseurs est un processus d'affaires stratégique visant à offrir aux entreprises appartenant à des femmes, aux peuples autochtones et aux minorités une chance égale de devenir fournisseurs de grandes sociétés au Canada et aux États-Unis.

Voici quelques organisations qui offrent cette certification :

a) Women Business Enterprises Canada Council (WBE Canada) :

WBE Canada (<https://wbecanada.ca/>, en anglais seulement) est un organisme sans but lucratif dirigé par des membres d'entreprises qui établissent des liens entre des entreprises canadiennes appartenant à des femmes et des acheteurs d'entreprises et de gouvernements partout en Amérique du Nord.

b) Canadian Aboriginal and Minority Supplier Council (CAMSC) :

CAMSC vise à promouvoir les relations d'affaires et la croissance économique de la chaîne d'approvisionnement canadienne grâce à l'inclusion d'Autochtones et de fournisseurs minoritaires (<https://www.camsc.ca/what-is-supplier-diversity>, en anglais seulement).