



GUIDE D'ENTREPRENEURIAT DANS LE DOMAINE DES ARTS ET MÉTIERS

**Projet cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional
(FEDER)**

**Projet cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional
(FEDER)**

Étude réalisé par:



Commission technique:

Xavier Abad Riera
Marc Grijalvo Pujol
Pilar Coroba Guerra
Fatou Sané
David Muñoz Aulet

Direction et coordination

Gestion des Services Commerciaux

Commission de travail:

Maite Bosch Sendra, Chef du Service de Commerce Urbain.
Xavier Torrent Perarnau, Chef du Bureau Marché et Foires locales.
Sílvia Fàbregas Pallarès, Technique du Service de Commerce Urbain.
Xavier Blanca Flores, Technique du Service de Commerce Urbain.

Index

Page

Introduction: l'artisanat, un secteur d'avenir	1
Comment créer une entreprise artisanale?	4
Considérations précédentes de la société artisanale.....	4
Le plan d'affaires ou le modèle d'affaires	8
Structure de contenu d'un plan d'affaires	8
Le modèle d'affaires	9
Typologie du produit artisanal	11
Facteur différentiel de l'artisanat.....	11
Où je trouve l'entreprise	12
Quelle est ma clientèle potentielle	14
Comment je me fais connaître	15
Comment peuvent-ils m'acheter.....	17
Quels revenus et dépenses vais-je avoir	18
Pensons dans l'ordre inverse	23
Compétences de l'entrepreneur dans le domaine des arts et métiers.....	27
Nucléaires.....	28
Complémentaires	29
Éléments clés d'une entreprise artisanale	34
La qualité du produit, au centre de la proposition.....	35
L'atelier, un espace multifonctionnel.....	41
La commercialisation, le facteur de différenciation.....	47
Publicité	48
Promotion des ventes	49
Ventes personnelles	51

Publicity	52
Marketing relationnel.....	53
Présence en ligne.....	54
Réseaux relationnels	60
Options pour la création de votre entreprise.....	65
Entreprise ou société autonome	65
Réentreprise	70
Étapes pour créer l'entreprise artisanale	72
Entrepreneur individuel ou autonome.....	73
Société à responsabilité limitée	73
En avant.....	77

Introduction: le secteur artisanal, un secteur d'avenir.

L'économie de plus en plus mondialisée du XXI^e siècle a apporté la normalisation de l'offre commerciale de produits et de services dans de nombreux domaines. À l'heure actuelle, les produits que les citoyens peuvent consommer dans n'importe quel coin de la planète, sont de plus en plus homogènes; Possible de trouver des offres de produits uniques et avec des liens locaux.

Ce processus évident d'homogénéisation et de normalisation de l'offre de biens et de services à toutefois, trouvé le contrepoint dans **la figure émergente des producteurs artisanaux**. Historiquement l'activité artisanale avait souffert d'un processus accentué et constant

de perte de poids dans le tissu économique et productif. Malgré ce fait indéniable, il existe actuellement un point d'intérêt mondial pour lancer des projets de microentreprises qui fondent l'artisanat et leurs valeurs sur leur principale approche concurrentielle. Nous constatons, de plus en plus, que l'engagement de nombreux territoires met l'accent sur le produit artisanal associé à des valeurs telles que **la qualité du produit, l'importance du territoire ou d'autres aspects de la valeur ajoutée liés aux critères de durabilité.**

Dans cette nouvelle tendance, le secteur artisanal tente de trouver son nouvel espace dans le tissu économique et productif, mais aussi social, qui doit se développer dans les environnements d'aujourd'hui. Le défi auquel est confronté le secteur artisanal, mais aussi les entrepreneurs individuels, est un défi exigeant mais en même temps fascinant.

Pour réussir, il sera donc nécessaire qu'un entrepreneur de l'artisanat soit quelque chose de plus qu'une personne qui produit des biens et des services. **Vous devez être en mesure de devenir un artisan ou artisane de votre propre entreprise**, à la fois productif et de gestion ou de marketing. En utilisant l'ensemble d'outils à sa portée, elle doit devenir un modèle d'affaires unique capable de mettre en valeur sa valeur ajoutée par rapport à l'engagement présenté par les modèles industriels mondiaux. Le secteur artisanal est un secteur d'avenir.



**Diputació
Barcelona**



Interreg
POCTEFA



Par conséquent, ce document vise à fournir des outils et à servir de guide à ce micro-entrepreneur afin qu'il puisse réussir à faire face au projet de vie et d'affaires qui devient entrepreneur.



Diputació
Barcelona



Interreg
POCTEFA



Comment dois-je faire pour créer une entreprise artisanale?

Considérations précédentes de l'entreprise artisanale

Avant d'entrer dans le modèle d'affaires et d'autres caractéristiques de l'entreprise artisanale, l'étape précédente est d'être clair ce que c'est et ce que cette catégorisation signifie.

Rappelons que les responsabilités de la réglementation de l'activité artisanale sont transférées à la Generalitat de Catalogne et qu'il est donc nécessaire d'observer les règlement catalans pour comprendre quelles considérations ou hypothèses nous serons sous ce prisme ou dénomination.

Les règlement nous définissent de la manière suivante le concept d'artisanat:



"L'artisanat est le résultat du travail effectué par une personne qui doit avoir la plus grande excellence dans l'exécution d'un ou plusieurs métiers d'artisanat.

Le résultat devrait être un produit artisanal local, individualisé et fabriqué avec des matières premières naturelles ou des matériaux industriels recyclés qui combine la technique, la tradition et/ou l'innovation, et en aucun cas être sensible à la production industrielle, entièrement mécanisée ou grande série, pour la commercialisation.

L'artisanat doit devenir un carrefour dans les méthodologies du travail, de la conception et de l'expérimentation des arts plastiques et visuels basés sur la maîtrise d'un ou de plusieurs métiers.»

Selon cela, pour être considéré comme une personne artisanale, le règlement indique que c'est la personne incluse dans le répertoire des familles de métiers artisanaux. Cette liste prend deux considérations ou typologies:



**Diputació
Barcelona**



**Interreg
POCTEFA**



Type A: famille d'artisanat liée à la création à base de matières premières ou de matériaux manipulés.

Type B: famille d'artisanat liée à différentes techniques de création de pièces faites à la main.

Il est donc conseillé de consulter d'abord si notre activité peut avoir cette considération. Par conséquent, il sera nécessaire de voir si l'activité que nous voulons mener est une première étape (voir annexe 1).

Un élément central, et important, est qu'une fois que nous voyons que notre activité s'adapte et que nous la commençons, **nous devons prouver avec la carte de l'artisan ou de l'artisane.**



Nous pensons toutefois qu'en dépit d'une accréditation VOLONTAIRE, nous pouvons avoir accès à différents avantages tels que:

Projecte cofinançat pel Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER)
Projet cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER)

1. Génère une **image** de professionnalisme et de confiance auprès du consommateur.
2. Il permet **la participation à des foires artisanales**.
3. Permet l'accès aux **appels de concours**, d'expositions ou d'échantillons.
4. Permettre de faire partie des **associations** guilmielles.
5. Permet l'accès aux **Produits Distinctifs de l'Artisanat** et fait partie des exigences pour participer aux **Empreintes de la Catalogne**.



Une fois que la carte a été obtenue, elle a une validité indéfinie si elle continue à se conformer aux exigences.

Une fois nous aurons clairement les concepts précédents, ce que nous devons faire – si nous voulons nous consacrer professionnellement au secteur artisanal- c'est de commencer à réfléchir à la façon dont notre projet sera.



Le plan d'affaires ou le modèle d'affaires.

Structure de contenu d'un plan d'affaires

Le plan d'affaires est un document écrit qui a **deux objectifs**:

- En premier lieu, nous pouvons **anticiper tous les aspects techniques et organisationnels de la future entreprise artisanale.**
- De cette façon, nous pouvons générer des solutions aux problèmes futurs que nous aurions rencontrés.
- Le deuxième objectif, est d'avoir un **outil qui devrait nous permettre d'expliquer à des tiers notre projet.** Si nous devons parler aux banques ou aux investisseurs potentiels, ils voudront connaître les caractéristiques exactes de notre projet avant qu'il ne soit mis en œuvre.

Le contenu qui doit avoir un plan d'entreprise varie légèrement selon l'endroit où nous avons consulté, mais en substance, il implique d'avoir effacer les sections suivantes.



- **Étude de marché:** cela implique de connaître l'endroit où je veux localiser l'entreprise, les clients potentiels et la concurrence qu'il y a.
- **Marketing-mix:** ce que l'on appelle le mix d'affaires va définir ce qui est notre produit (dans toutes ses dimensions), qui est le prix de vente que nous voulons fixer, comment nous allons apprendre à connaître (promotion) et comment nous allons envoyer notre produit aux clients (distribution).
- **Plan d'opérations:** passe pour fixer les éléments techniques et organisationnels, comme les horaires d'ouverture, l'organisation de travailleurs (en cas d'avoir), le calendrier annuel, le calendrier de début d'activité.
- **Plan économique financier:** nous devons être en mesure d'anticiper une future structure de revenus et de dépenses que l'industrie artisanale va avoir.

Pour élaborer le futur plan d'affaires, ce guide est un bon point de départ, qui nous permettra d'y faire face avec toutes les garanties. Des **services de promotion économique des Ents locaux**, ils offrent **les conseils dans la préparation du plan d'affaires**. Il est donc important, une fois que nous aurons clairement ce que nous voulons faire, **d'entrer en contact avec les services de notre municipalité** pour nous aider à élaborer le plan d'affaires avec le modèle qu'ils ont.

Le modèle d'affaires

Le modèle d'affaires n'est pas une terminologie éthérée, sans signification. Cela implique que, pour nous définir, ce que nous devons faire, **c'est concentrer nos énergies sur différents éléments ou domaines du futur projet.**

Pour ce faire, il existe différentes méthodologies, dont nous pouvons trouver de nombreux exemples en surfant sur Internet, tels que les modèles CANVAS ou SCRUM.

L'objectif de ces méthodologies est de définir, de manière simple et agile, les différents aspects de la future entreprise qui détermineront leur modèle d'affaires. Pour adapter ces méthodologies au contexte d'un entrepreneur dans le secteur artisanal, il faut garder à l'esprit les questions suivantes recueillies sur l'image ci-dessous.



Quin o quins
productes
realitzo?

Quin és el meu
factor diferencial?

Qui és el meu
potencial client?

Com em coneix
el meu client?

Com em pot
comprar?

Quines
despeses i
ingressos
tindrè?

Type de produit artisanal

La première chose à laquelle nous devons réfléchir, et pour être clair, c'est ce que nous produisons. Il est important de pouvoir se concentrer sur quelque chose de concret et spécifique. Dans le secteur artisanal, nous pouvons nous définir par un type de produit, ou par technique de production, mais ce que nous devons être clairs – car il configurera notre modèle – est d'être en mesure **d'identifier clairement ce que je veux faire.**



Diputació
Barcelona



Interreg
POCTEFA



Nous devons être très clairs, **sur le fait que le facteur de différenciation de l'artisanat doit être basé sur la qualité de produit contrairement aux produits industriels en série.**

Facteur différentiel de l'artisanat

Une fois que nous sommes clairs sur le produit que nous voulons produire, la prochaine étape consiste à réfléchir au facteur différentiel. Nous devons comprendre que nous sommes en concurrence dans un marché mondial, où nous avons à la fois des concurrents industriels et d'autres artisans avec leurs produits. Nous devons donc être en mesure d'identifier **les éléments qui nous différencient de nos concurrents**. La chose la plus importante que nous devons garder à l'esprit par rapport à notre produit, **c'est qu'il doit être unique, différent, quelque chose d'unique que ne peut pas être trouvé dans tout autre établissement**. Lorsque nous examinons ce facteur différentiel, voici quelques-unes des principales erreurs qui sont commentées:

Penser sous le prisme de SOI. Ce qui est vraiment important pour générer des ventes, c'est que la personne consommatrice en soit consciente. Par conséquent, **nous devons concentrer nos efforts, sur la possibilité de transmettre tout ce que notre pièce** et à faire afin que les clients puissent également s'imprégner de ce que cela signifie pour nous. **Essayez de penser dans la perspective de la valeur qu'il apporte aux clients**; essayer d'aller au-delà du simple plaisir esthétique de votre savoir-faire.



Ce n'est pas parce qu'il s'agit d'un produit artisanal: **il faut associer des éléments de valeur immatérielle**. Un bon exemple est de l'associer à des aspects tels que:

- Connexion des **éléments du territoire**.
- **La pertinence sociale**.
- **Facteurs environnementaux dans les matériaux utilisés**.
- **Comment ou qui a participé à la fabrication ou à la conception du produit**.

Où je trouve l'entreprise

L'emplacement de l'entreprise et de l'atelier **est une décision importante** à garder à l'esprit, et qui a des avantages et des inconvénients dans ses différentes options. Il s'agira d'une décision qui déterminera beaucoup à l'avenir, et nous devons donc prendre conscience de son importance.

Le premier aspect de la valeur, est de savoir si nous voulons être à un endroit proche des clients ou nous pouvons être plus loin. Si nous choisissons **une section locale des visites** plus fréquemment, le **loyer sera moins cher**. Au contraire, il sera très difficile d'obtenir de l'atelier un site de vente. Par conséquent, **plus nous nous approchons des espaces centraux ou que nous passons fréquemment, plus le prix du loyer est élevé**, mais aussi plus de chances de **générer des ventes sont grandes**.

Les tendances des espaces d'artisanat, pointent vers des **espaces hybrides** où il y a la production et les ventes et donc il serait intéressant de chercher **un emplacement de vente** au détail qui nous permet d'être dans un point chaud de notre ville.

Avant de prendre une décision, il est recommandé:

- Il est important de garder là l'esprit **les mètres linéaires de l'exposant**. S'il doit s'agir d'un espace commercial, il est très important d'avoir un **espace visible dans la rue**.
- **Les commerces qui font le coin** sont généralement plus intéressants pour localiser un espace commercial, car ils ont **accès à deux rues** et deviennent généralement des points chauds.
- **Visiter le lieux à différents moments de la journée pour observer le nombre de personnes qui passent devant l'établissement**.
- Voir quel **type d'entreprise nous pouvons trouver dans votre environnement**, qu'ils soient complémentaires à la nôtre ou pourraient **fournir des ventes croisées**.
- Analyser les **espaces moteurs** à proximité. Pensez-vous que les points près des immeubles de bureaux peuvent être intéressants, ainsi que la proximité avec les écoles ou les marchés.



Quelle est ma clientèle potentielle

Il s'agit d'un élément essentiel de l'ensemble du modèle d'affaires que nous devons toujours garder à l'esprit. Il s'agit d'avoir la capacité de générer un profil spécifique de l'audience de nos produits.

Sur le marché d'aujourd'hui, il n'y a pas de produits pour «tous les publics». Les choses que vous devez avoir clairement lorsque **vous pensez à votre client et votre cliente.**

- **Pouvoir d'achat:** vous devez être très conscient de **la valeur de notre pièce.** C'est quelque chose d'unique et, par conséquent, vous devez beaucoup penser sur le prix de vente. Indirectement, cette approche doit nous faire voir quel est le profil de la clientèle, de sorte que peut-être sporadique qui voit l'artisanat comme un cadeau spécial.
- **L'importance de l'artisanat:** il existe différents profils de consommateurs, et nous devons être clairs si nous nous dirigeons vers des gens qui mettent un fait très remarquable, artisan, ou au contraire ce n'est qu'un élément de plus de leur prise de décision.
- **Origine:** nous orientons notre produit vers un public local ou, au contraire, nous menons le segment du tourisme? Les besoins, les valeurs et les systèmes de marketing seront très différents selon les réponses à cette question.



- **Type d'unité d'achat:** en ce sens, nous devons être clairs si nous sommes en face d'un public familial, les couples, les amis, les habitants, les touristes...C'est-à-dire, si la personne qui achète est la même que celle qui la consomme. Aussi si l'achat est fait comme un cadeau ou il prend des éléments de souvenirs touristiques. Il devrait donc être clair quel est le rôle de chacun à jouer dans l'achat futur.

Ce ne sont là que quelques-unes des variables de segmentation que nous pouvons faire au sujet de notre; selon chaque type de produit, cependant, des nouvelles variables spécifiques peuvent être générées pour avoir un profil de clientèle clair.

Le résultat n'est jamais excluant, mais il nous aidera à concentrer les efforts que nous devons faire dans la promotion et le marketing si nous avons clairement à qui nous voulons vendre.

Comment je me fais connaître

- C'est généralement l'un des éléments les plus difficiles à répondre. C'est le rôle que nous jouerons dans la promotion de nos métiers.
- Quelques **conseils** à garder:
- Dans l'artisanat, **le prescripteur** - qui nous recommande de bouche à oreille - est important, mais il ne peut pas être le seul fondement de notre promotion.



- Nous devons rechercher des éléments promotionnels dans tous les domaines où nous pouvons les générer. Un bon exemple de ceci est l'atelier ou l'atelier. Essayer de rendre les **espaces de production également promotionnels**.
- Notre présence sur le **réseau en ligne** est incontournable, mais elle ne garantit aucune vente. C'est une bonne gestion de la promotion que nous faisons dans ces espaces qui nous fera avoir une forte présence - et que le client et la clientèle peuvent nous connaître.
- Cherchez dans des endroits auxquels vous n'auriez pas pensé dans le passé, ou là où les artisans ne le font pas traditionnellement. Il cherche à **tisser des partenariats** avec d'autres agents qui vous donneront beaucoup plus de visibilité.
- Essayez **d'être original et d'innover avec votre promotion**. Pensez que les consommateurs sont soumis à d'innombrables publicités et impacts marketing de nombreuses entreprises dans notre vie quotidienne. Si nous faisons partie de cette nébuleuse, sans aller au-delà, nous n'aurons aucune visibilité

Comment puis-je acheter

Plusieurs fois, nous avons tendance à confondre comment nous pouvons acheter (marketing) et comment nous pouvons savoir (la



**Diputació
Barcelona**



**Interreg
POCTEFA**



promotion). Ce sont de processus qui se chevauchent souvent, mais qui sont différents.

Par exemple, le site Internet peut être axé sur la promotion, où nous exposons notre travail, nos produits, etc. en revanche, si nous avons un module de «magasin en ligne», il aura la double fonction, la promotion et la distribution.

Certains articles qui doivent être pris dans la commercialisation et la vente de l'artisanat:

Points de vente: essayez d'avoir le plus de points de vente possible: le faire facile pour pouvoir acquérir votre produit, plus de chances il y aura de générer des ventes.

La salle de travail ou l'atelier doit devenir un point de vente. Le contact direct et personnel est toujours important, surtout dans le secteur artisanal. Utilisez le maximum de techniques de marketing au point de vente et de fenêtre-habillage pour vous montrer les gens attrayants qui le visitent.

La boutique en ligne est une vitrine pour le monde, mais dans la plupart des cas, son incidence dans le nombre de ventes effectuées est très faible. Contrôlez le coût de vouloir avoir une boutique en ligne.

Les foires artisanales – malgré de nombreuses lacunes dans leurs conceptualisations - ce sont un bon point de vente, que



vous ne pouvez pas manquer. Notre propre expérience et conseils vous aideront à sélectionner ceux dans lesquels vous produisez vraiment des ventes. Essayez de concentrer vos efforts. Quand vous allez à des foires, il y a aussi un plan de promotion spécifique: comment puis-je mettre en évidence ou ce qui peut être fait pour être plus visible parmi tous les artisans et artisanes qui seront là. Gardez à l'esprit que de nombreuses foires qui sont annoncés comme «artisanales» et il ne le sont vraiment pas. Pour valoriser l'artisanat, on doit être dans les foires authentiquement artisanales,

Un élément clé dans le **marketing** es l'établissement de points d'affaires avec d'autres points de vente existants où votre produit a sa place. En ce sens, la présence dans les magasins ouverts au public sera un enjeu clé.

Quels revenus et dépenses aurai-je

En tant qu'entreprise artisanale, votre principale (et dans la plupart des cas seulement), votre **principale source de revenus** est la **vente de produits**. Tous les plans d'affaires vous feront faire une prévision des ventes, ce qui est important. Il est nécessaire de prendre en compte, cependant, quelques conseils au moment de l'exécution:

Vous devez examiner deux questions clés:

Combien de temps puis-je conserver l'entreprise sans atteindre de ventes ou des revenus? Si vous n'avez pas la



capacité économique de détenir un minimum de 6 mois sans vendre aucun produit, nous avons un problème.

Quelles seront mes dépenses? Si nous ne sommes pas en mesure de prévoir ou anticiper les revenus, **ce que nous devons prendre**, ce sont les dépenses que mon entreprise aura.

Faites une liste aussi explicite que possible où vous pouvez identifier toutes les dépenses que vous aurez dans votre entreprise.

Une fois que vous faites cela, vous avez la première étape pour connaître la situation économique future clairement abordée. Vous n'avez qu'à faire une troisième question: **combien dois-je vendre pour que l'entreprise puisse être viable?** Cette question est le point de la mort ou de la rupture: le revenu que je dois avoir pour ne pas perdre d'argent.

En ce sens, il sera nécessaire de récupérer les notes mathématiques d'il y a quelques années, ou de l'affiner un peu dans le calcul. Cependant, nous pouvons faire des approximations d'une manière simple qui peut nous aider à voir où les choses vont aller.

Avec un exemple, nous pouvons mieux le voir :



Despeses mensuals	Despeses per fer artesanies
Lloguer del local : 500 €	Material : 4 €
Subministraments: 250 €	Subministraments: 0,5 €
Promoció: 100 €	Altres: 0,5 €
Assistència a fires: 250 €	
Pàgina web: 50 €	Preu de venda de
Altres despeses: 250 €	les artesanies
Impostos: 100 €	9 euros la unitat
El meu sou ?????	

Nous expliquons ici l'exemple pour illustrer quels seraient les coûts fixes, les variables et le point d'équilibre.

En ce qui concerne les **dépenses mensuelles**, il s'agit d'énumérer toutes les **dépenses fixes que nous savons que nous aurons**. Nous devons réviser toutes les dépenses qui - indépendamment des ventes que nous faisons - nous aurons à l'avenir. S'il y a de dépenses que vous payez annuellement, vous devez les répartir entre 12 mois, vous connaîtrez le montant qui correspond à chaque mois. Il est très utile d'incorporer également un montant d'autres dépenses pour ceux que ne sont pas contrôlés. **Il est toujours préférable d'être prudent.**

Un élément que suscite toujours des doutes: j'ai mis un salaire? Est-ce que je mets un minimum à vivre? Nécessaire...? La réponse est OUI. Vous devez mettre le montant que vous jugez approprié pour relever ce nouveau défi et garder à l'esprit que si vous êtes travailleur



autonome, le quota de travailleurs autonomes doit être payé. Un montant raisonnable serait d'environ 1200 à 1400€.

par conséquent, **si nous suivons l'exemple** et mettons une valeur de 1200 euros, le **résultat des dépenses** que je sais que **j'aurai chaque mois est de 2700€**.

maintenant, nous allons **développer les colonnes à droite de l'exemple**, où ils consistent les dépenses pour faire de l'artisanat et le prix de vente de l'artisanat.

Quant à l'artisanat, le premier doute se posera: il y a de petits, gros matériaux coûteux, de matériaux bon marché, etc. oui, tout cela est vrai, mais nous devons avoir la capacité d'imaginer un savoir-faire moyen. Suite à l'hypothèse, nous imaginons que normalement nous dépensons 4 euros de matériaux, les dépenses énergétiques de sa production (0,5 euro) et d'autres dépenses associées (comme l'emballage, 0,5 euros.

Cela nous laisse dans un métier qui a un coût de production de 5 euros par unité.

Maintenant, regardons le prix de vente. Faisant le même effort d'abstraction, nous pensons que nous pouvons vendre cet artisanat à un prix moyen de 9 euros d'unité, ce qui serait la même chose que de travailler avec des marges de 80%. Dans le secteur de l'artisanat, le travail se fait généralement avec des marges de 40% et 100% (bien qu'il dépende beaucoup du type de produit vendu).



Donc, une fois que vous avez les éléments, nous pouvons calculer l'impasse ou même un point d'équilibre.

$$\text{point équilibre} = \frac{\text{coûts fixes}}{\text{dépense artisanale} - \text{coût artisanale}}$$

Si on observe l'exemple que nous sommes en train de voir:

$$\text{Point équilibre} = \frac{2.700 \text{ €}}{9 \text{ €} - 5 \text{ €}}$$

Point équilibre = 675 unités ou l'équivalent à 6.075 € de facturation.

Dans l'exemple, nous avons pris en considération le prix de vente d'un artisanat économique, mais le montant du chiffre d'affaires serait l'équivalent presque indépendamment des pièces. **Ce sont des calculs essentiels à faire, et que nous devons avoir très présents pour nous demander si nous sommes en mesure d'atteindre les valeurs que nous avons calculées.**

Si la réponse est oui, allez-y!

Bien que la réponse soit NON, ou OUI avec des nuances, ce que nous avons à faire est de réviser notre modèle d'affaires pour regarder si avec d'autres produits, le profil du client ou l'amélioration de notre promotion et de marketing, nous sommes en mesure d'atteindre le nombre clé.

Nous pensons dans l'ordre inverse

L'un des éléments qui a caractérisé le modèle du commerce artisanal a été l'accent mis clairement sur l'offre. Cela signifie que la plupart du temps la personne artisanale fait d'abord est de créer une pièce ou un produit qui, une fois terminé, va essayer de vendre à leurs clients.

C'est dans ce processus créatif qu'une grande partie de ses efforts et de son énergie est concentré, où il travaille intensément à transformer l'idée qu'il a l'esprit dans un produit, dans une réalité.

Le processus que nous suivons es très similaire à celui exprimé dans l'image suivante: premièrement , nous consacrons notre énergie à penser comment l'artisanat sera, après avoir mâché et travaillé dur, nous avons déjà l'artisanat; et enfin, une fois terminé, nous sommes inquiets et nous demandons qui va l'acheter pour nous.



1



2



3



Eh bien, ce processus est complètement faux, et devient la principale raison pour laquelle de nombreuses fois nous restons sans être en mesure de vendre les pièces et les produit que nous avons fait. Et pas seulement cela: c'est aussi un processus que génère la frustration:

“Est-ce que quelqu'un aime ce que j'ai fait? Comment peut-on vouloir l'acheter? Ne pas même déclasser le prix ne l'achetez-vous?”

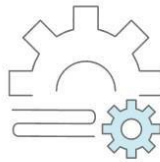


Nous avons le problème dans le processus qui nous a amenés à fabriquer cet artisanat. Aujourd'hui, les entreprises qui travaillent le mieux sont celles qui effectuent un processus inverse. Et donc, il est important que les artisans travaillent aussi avec la même optique que les grandes entreprises.

1



2



3



La première chose que nous devons faire en tant qu'artisans est de ne pas penser à l'artisanat ou au produit que nous voulons faire. **Le plus important est de penser à la façon dont la clientèle que je veux vendre.** Il s'agit donc de pouvoir mettre toute notre créativité et notre potentiel dans la création de pièces uniques, **et qu'elles visent**



**Diputació
Barcelona**



**Interreg
POCTEFA**



à répondre aux besoins de notre clientèle potentielle. Nous devons être en mesure de visualiser tous les éléments que nous avons indiqués de la segmentation, et que nous pouvons dessiner différents profils de la clientèle potentielle du produit artisanal:

- **Passants:** ceux qui passent et sans savoir un objectif direct d'achat, nous allons sporadiquement en face de notre établissement.
- **Touristes:** un segment particulièrement important dans certaines populations, et il faudra savoir quelles sont les principales origines afin d'adapter l'emballage de notre produit. Par exemple, nous pouvons traduire la description des pièces à la majorité des langues des touristes qui visitent la ville où nous avons l'entreprise.
- **Local:** ce serait ce profil de clients avec qui nous serons plus faciles à générer une relation à long terme, et penser à eux avec des processus de loyauté et de vente croisée.
- **Travailleurs:** un segment intéressant est ceux qui configurent les gens qui travaillent dans la même population ou même dans les environs de notre établissement, et bien qu'ils ne soient pas résidents de la même municipalité, s'ils peuvent être clients récurrents.

Nous devons nous concentrer sur la façon dont il est et comment il pense que le consommateur ou les consommatrices, même, le mettre face.



Diputació
Barcelona



Interreg
POCTEFA



Une fois terminé, nous serons plus près d'obtenir un métier avec nos mains que les consommateurs ou consommatrices savent comment valoriser et que vous voulez acheter. **Le produit artisanal est un produit très singulier, et donc, il est nécessaire de savoir comment valoriser ces éléments qui le rendent différent en ce qui concerne la concurrence potentielle que peut être trouvé dans d'autres magasins.**

Aptitudes et compétences de l'entrepreneur ou l'entrepreneur dans le secteur des arts et de l'artisanat.

Les compétences pour créer une entreprise artisanale sont radicalement différentes de celles qui veulent démarrer une entreprise. Malgré ces preuves, il y a des éléments singuliers que doivent être considérés.

La personne – ou parfois l'équipe – **qui dirige le projet doit avoir de multiples compétences, des connaissances techniques et professionnelles.** Ces connaissances, en premier lieu, doivent être liées au secteur des affaires et de l'artisanat concerné, mais aussi

dans d'autres domaines. Il faut comprendre que le lancement d'une entreprise artisanale implique également d'avoir des connaissances dans les domaines tels que le marketing, la gestion administrative, la gestion financière, le cadre réglementaire juridique, les tendances des modèles de gestion...

Plus important encore, en dehors des compétences artisanales elles – mêmes, sont les compétences et les aptitudes que nous avons essayer de montrer dans les autres domaines dans lesquels nous sommes moins familiers. **Les connaissances seront complétées par la création d'un réseau d'agents** (tels que les entreprises de services, le soutien institutionnel ou la coopération avec d'autre artisans) qui nous fournissent notre connaissance de la façon d'atteindre le présent.

Dans les capacités et les compétences qui doivent être prises, il y a deux profils nécessaires pour l'entrepreneuriat artisanal: le nucléaire et complémentaire.

Nucléaires

Nous parlons des capacités fondamentales de l'artisan; des éléments essentiels et indispensables. Dans ce cas, la capacité la plus importante d'avoir est de ressentir de l'amour et de la passion pour votre produit.

Dans le secteur artisanal, c'est la première et la principale des capacités que les entrepreneurs doivent avoir: être authentiques, passionnée par les produits qu'ils fabriquent, et le secteur dans lequel

ils travaillent. Cet amour et cette passion doivent vivre chaque dessin, chaque produit, de la singularité de cette pièce et dans la poursuite de la perfection de sa création.

Cette passion doit être combinée avec le talent: être capable de réaliser vos créations d'une manière que beaucoup d'autres personnes ne sont pas en mesure d'atteindre. Nous avons tous l'amour et la passion, mais ils doivent être combinés avec le talent. Seules les personnes qui sont des femmes entrepreneurs et qui ont une combinaison de ces deux capacités feront des pièces et des produits uniques, une réalité.

Cette combinaison de talent et de la passion est un élément très important, sans lequel il est impossible pour une entreprise artisanale d'avoir un avenir quelconque sur le marché. Elle ne garantit rien non plus: ce n'est pas suffisant, mais c'est le point de départ essentiel pour que notre projet entrepreneurial soit couronné de succès.

Complémentaires

Dans la plupart des cas, les femmes artisanes n'ont aucun problème à satisfaire aux exigences des capacités nucléaires mentionnées ci – dessus. Le principale problème tend à résider dans les capacités complémentaires qui, dans le contexte économique actuel, deviennent fondamentales pour être en mesure de réaliser des propositions commerciales compétitives.

Les capacités et les compétences complémentaires que nous devons avoir à l'esprit sont les suivantes:

Compétences organisationnelles

Il est essentiel, au-delà de la création, d'avoir la capacité d'organiser les travaux à réaliser. La création artistique n'est pas la seule tâche qui doit être accomplie par l'artisan: **il doit pouvoir organiser son temps et son énergie**. Avec l'entreprise, nous trouverons de nombreux agents qui interagiront de différentes façons et avec des besoins différents. Nous devons savoir comment avoir une réponse organisationnelle efficace lorsque nous parlons à nos fournisseurs, clients ou à l'administration publique elle – même.

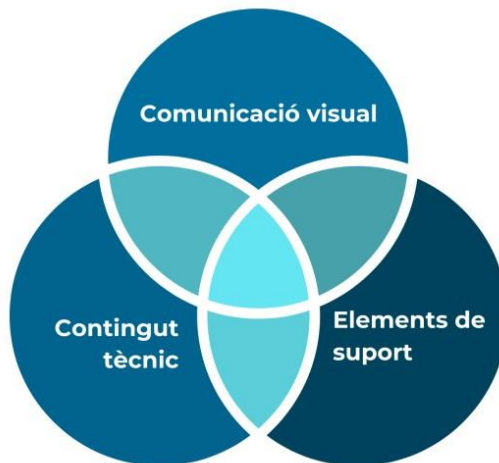
Pour bien organiser, nous devons être en mesure d'intégrer à une entreprise artisanale les **outils d'automatisation de bureau** que nous avons aujourd'hui. Un bon exemple est la gestion de tous les outils dans l'environnement de messagerie (avec de nombreuses entreprises offrant ce service avec des outils similaires) et l'optimisation des fonctions de courrier, calendrier électronique, notes, disque dur ou accessoires. Il existe de nombreux cours en ligne ou par l'intermédiaire des différents départements d'entrepreneuriat des administrations locales qui nous aideront à avoir les connaissances dans ce domaine.

Compétences communicatives

C'est un élément qui a aussi une grande importance tout au long de la chaîne de valeur de notre entreprise artisanale: cela implique d'être capable de communiquer. Il est important dans tous les sens du



terme: à la fois pour expliquer au client et aux clients les éléments et les caractéristiques de vos produits, aux fournisseurs quels sont vos besoins ou à d'autres artisans dans la façon dont vous pouvez travailler en collaboration. Évidemment, il y a plus de personnages extravertis et de meilleurs communicateurs; et d'autres qui ne le sont pas tant. Si nous voulons que l'entreprise fonctionne, nous devons y travailler intensément. Il existe des cours de formation, en ligne et hors ligne, qui peuvent nous aider à être de meilleurs communicateurs. Quelques conseils pour améliorer la communication, en particulier pour exposer notre projet à des tiers:



Lorsque nous pensons à la **communication visuelle**, nous devons tenir compte des aspects suivants comme éléments essentiels:



- **Prendre soin de l'aspect physique**, toujours essayer de transmettre un **aspect détendu i souriant**.
- Gardez à l'esprit l'**image** transmise dans des **éléments tels que la robe ou la coiffure**.
- Importance des **éléments de cohérence avec l'interlocuteur que vous avez devant vous**. Ce n'est pas la même chose d'aller parler à un autre artisan, à la banque ou à un client potentiel.
- **Image transmise dans la communication orale**.

Langage verbal:

Langage positif

Non redondant et dynamique

Vocabulaire approprié

Volume de voix droite

Langage non verbal:

Le regard

Expression faciale

Gestes

Lorsque nous pensons au **contenu technique**, nous devons toujours avoir des registres différents lorsque nous sommes en mesure d'exposer notre projet. Nous ne pouvons pas utiliser le même



**Diputació
Barcelona**



**Interreg
POCTEFA**



vocabulaire avec une entreprise fournissant des matériaux (beaucoup plus techniquement en ce qui concerne nos besoins) que d'expliquer ce matériel à notre clientèle. Par conséquent, nous devons être en mesure d'adapter le contenu technique de nos expositions et explications en fonction de la personne que nous avons en face.

Enfin, le dernier élément qui doit faire partie de nos compétences en communication est d'accompagner et de nous donner des éléments de soutien. Pour expliquer notre projet ou nos créations, il faudra avoir un bon catalogue, un bon site web, une bonne collection de photos de nos créations, pour compléter notre présentation sur les stands des foires avec des nouveaux outils possibles (par exemple, un écran où les pièces sont projetées), les évaluations faites par nos produits par les consommateurs.

Et surtout: avoir la capacité de trouver l'outil qui peut nous aider à mieux communiquer ce que nous voulons dire, ce que nous voulons transmettre a chaque moment.

Capacité d'exploiter l'environnement

La troisième compétence pour avoir un entrepreneur est de pouvoir profiter de l'environnement. L'un des principaux avantages concurrentiels des petites entreprises artisanales par rapport à la grande entreprise industrielle est sa dimension: être une petite entreprise.



Diputació
Barcelona



Interreg
POCTEFA



La dimension doit être une force qui doit nous permettre d'être plus agiles, **plus rapides et plus efficaces pour nous adapter aux environnements actuels**. Dans un environnement changeant comme celui d'aujourd'hui, avoir cette capacité d'adaptation et de rapidité de réponse doit être un élément clé de l'entreprise artisanale.

Pour ce faire, il y a une maxime essentielle: il faut observer. Vous devez être attentif à la façon dont les gens se comportent quand ils vont dans l'atelier, quels commentaires ils font sur les réseaux sociaux, ces gens qui ne nous achètent pas pour quelle raison, ils ne le font pas.

Ce n'est pas que si nous sommes vigilants et attentifs aux changements possibles de l'environnement, que nous pourrons les utiliser au profit de notre entreprise artisanale.

Principaux aspects d'une entreprise artisanale

Comme nous l'observons le long de ce guide, il y a beaucoup de choses qui doivent être remplies et avoir une personne artisanale afin d'être en mesure d'atteindre le succès avec leur projet. Cette section vise à identifier 5 aspects clés, qui doivent devenir des éléments essentiels pour être présents dans toutes les entreprises artisanales: la qualité du produit, l'objet de la proposition; l'atelier, conceptualisé

comme un espace multifonctionnel; l'importance des ventes en ligne et notre présence sur Internet; la promotion, la compréhension de cela comme la seule façon dont les clients peuvent nous connaître; réseaux relationnels, l'importance de comprendre que nous sommes connectés à notre environnement.

La qualité du produit, l'axe de la proposition

S'il y a un élément que génère un consensus parmi tous les experts en artisanat et dans les entreprises artisanales, **il est nécessaire de s'engager fermement à la qualité du produit**. Ce n'est que sous le prisme de faire des pièces avec des normes de qualités élevées peut atteindre être compétitif.

Il est important de se concentrer sur la qualité car le fait que son évaluation se situe d'une manière essentielle dans la vision du client. Il faut garder à l'esprit que si nous sommes devant un produit que l'artisan ou l'artisane considère comme haute qualité (pour les heures investies, les valeurs que contiennent la pièce, les matériaux utilisés) et le public, il est apprécié comme de mauvaise qualité, nous devons travailler pour les deux des visions qui se rejoignent. Cela ne signifie pas que vous avez raison, mais cela signifie que nous devons penser à ce que nous faisons de mal. Il y a un problème évident entre la perception de l'artisan ou l'artisane et le client potentiel.

À ce stade, nous devons faire un effort significatif pour valoriser le caractère unique du produit artisanal et pour améliorer l'histoire associée. Souvent, le consommateur, qui le consomme, n'est tout simplement pas au courant de ce que cette pièce implique. Un bon



exemple peut être trouvé avec un consommateur touristique. Si nous sommes en mesure d'expliquer la relation de cette pièce sur le territoire que vous visitez, vous êtes beaucoup plus susceptibles d'acheter enfin. L'histoire que nous devons donner est importante. d'une certaine manière, nous devons avoir la capacité de faire comme les restaurants en expliquant aux convives comment les plats sont élaborés: les explications et l'histoire qui est construite aide à la valeur des aspects que seulement avec le goût pourrait ne pas apprécier.

Dans cette recherche de qualité, il faut toujours penser, avant de lancer une pièce sur le marché et, comme nous l'avons indiqué ci – dessus, déjà avec le public spécifique à qui nous voulons la diriger en réponse aux 4 niveaux suivants de produit:

- **Avantage central:** le besoin intérieur du public d'acheter le produit artisanal. Ce serait le plus essentiel, c'est l'impulsion à laquelle nous voulons répondre, qu'il soit fonctionnel, décoratif ou une combinaison des deux.
- **Produit de base:** ces attributs tout à fait essentiels de sorte que le produit artisanal a l'utilité recherchée. Ce sont des caractéristiques essentielles qui font que de produit est considéré comme ayant. Les caractéristiques d'un produit de base, au niveau industriel ou artisanal, sont souvent coïncidentes.
- **Produit attendu:** ce sont les caractéristiques qui doivent répondre au produit et que le consommateur, ou les



consommateurs, jugent essentiels pour envisager leur achat. Dans le cas des produits artisanaux, les clients ont déjà une valeur ajoutée liée à leur qualité technique.

- **Augmentation de produit:** ce sont les attributs qui dépassent les attentes de la clientèle et qui nous permettront de nous différencier de notre concurrence: c'est là que nous pouvons générer des avantages concurrentiels avec les produits artisanaux.

Lorsque nous nous concentrons sur ces quatre niveaux, il faut y faire un pas. Ça n'a aucun sens essayer de travailler avec le produit augmenté si nous ne sommes pas en mesure de donner une bonne réponse au produit de base ou le produit attendu.

Pour mieux comprendre comment générer ces quatre niveaux de produit, nous pouvons nous concentrer sur un exemple d'artisanat: une table en chêne fait à la main.



Benefici central	la necessitat de tenir un moble, en aquest cas al menjador, on poder realitzar àpats.
Producte bàsic	una taula per si mateixa Una estructura sòlida (de quatre potes o no) amb una superfície estable on es pot posar "coses" .
Producte esperat	que al ser artesana, aquesta estarà ben treballada en relació al seu disseny, amb materials de qualitat que li permetran durar molts anys
Producte augmentat	la taula es realitza amb una fusta que obté una certificació que garanteix que es replanta un arbre; al mateix temps, des de l'empresa d'artesanía es col·labora amb l'incorporació de persones amb risc d'exclusió social (i aquest ha ajudat a dissenyar el producte); o ha tingut un tractament la fusta que la fa resistent al foc, taques, ... té garantia de per vida.

Il s'agit donc de penser à ces quatre niveaux de produits et de **réussir que les attentes des consommateurs sont atteintes dans toutes ses dimensions**. Rien ne nous fera le produit augmenté, si nous n'obtenons pas la table pour être stable et la vaisselle et les couverts ne tombent pas.



Si ce sont les niveaux que nous devons atteindre dans la conceptualisation du produit et son orientation à l'acheteur, il est également important qu'une entreprise artisanale intègre ce processus dans la construction du produit avant de le vendre:

- **Première étape, attributs de produit.** Cette première étape implique de définir et d'effacer les avantages à offrir, la proposition de valeur pour mes clients. Un bon outil pour les définir est de remplir la liste indiquée sur la page précédente avec nos propres métiers.

Dans une entreprise artisanale, ces avantages sont communiqués et livrés à travers les attributs du produit tels que la qualité, les caractéristiques, le style et le design.

- **Deuxième étape, le branding.** Ce mot anglais qui peut sembler s'habiller beaucoup mais qui n'a pas de contenu, indique que tous les artisans et artisanes doivent pouvoir générer leur propre style, une marque, un timbre qui fait le fil du chef d'orchestre entre ses créations. Nous pouvons même changer des matériaux ou de famille artisanale, mais ceux-ci devraient avoir quelque chose d'un lien que l'on peut identifier avec cet artisan. Bien qu'elles ne soient pas artisanales, nous regardons des marques industrielles comme Custo Barcelona ou Desigual, qui sont capables de fabriquer toute sortes de produits et dans chacun d'elles, nous pouvons trouver un fil invisible



que génère un lien qui donne un sens à l'immense gamme de produits qu'ils vendent.

- **Troisième étape, emballage.** Dans l'artisanat c'est également très important l'emballage de produit. Dans certains cas, l'artisanat lui – même est l'emballage, mais nous devons penser qu'il s'agit d'un outil important de vente et de marketing pour l'entreprise entrepreneuriale. Si le profil de la clientèle pour laquelle nous faisons cette pièce est touristique ou local, l'emballage que vous devez concevoir et avoir préparé par chacun des segments est très différent.
- **Quatrième étape, l'étiquetage.** Dans l'artisanat c'est important que nous marquions le caractère spécial et singulier du produit. Dans certains cas, dans l'étiquetage lui – même, il y a aussi une part importante de la valeur artisanale ou, dans d'autres, nous pouvons parler presque des attributs du produit. Parfois, l'étiquetage a une expiration; une fois que la clientèle l'a «en place», elle s'en débarrasse et l'élimine. Dans d'autres cas, cet étiquetage reste permanent dans notre artisanat. Si nous avons la possibilité de générer un étiquetage permanent, il est important que nous le fassions, il nous permette de positionner et même d'avoir des éléments de marketing ou des ventes potentielles dans le réseau de personnes qui voient l'artisanat.



- **Cinquième étape, services de soutien produit.** Le produit artisanal doit également être doté de différents services et soutiens destinés au public. Il peut s'agir d'éléments que exercent parfois une valeur décisive dans l'achat. Dans les services de soutien, nous devons garder à l'esprit que nous vendons à l'esprit que nous vendons une expérience pour notre clientèle. Par exemple, si nous vendons des produits artisanaux à grande échelle, mais que nous avons un de nos publics potentiels sans le secteur du tourisme, nous devons penser qu'il peut être très intéressant d'incorporer un service de livraison garanti à domicile pour l'artisanat. Ou dans un autre sens, nous pouvons fournir le magasin d'espaces qui facilitent et améliorent cet aspect de l'expérience des consommateurs avec d'autres services ou espaces physiques.

Ainsi, le premier de ces éléments est de pouvoir concevoir des produits artisanaux de qualité, car ils doivent devenir l'un des différenciateurs en ce qui concerne la concurrence du produit industriel. **Ce n'est que d'un point de vue qualificatif** – et non dans une perspective de compétitivité dans ces éléments tels que le prix de vente, la présence aux points de vente, ou le marketing de masse – **nous serons en mesure de transformer notre entreprise artisanale en une entreprise avec des possibilités futures.**



La salle de travail, un espace multifonctionnel.

L'un des éléments que l'entrepreneuriat artisanal actuel doit être attentif et c'est dans l'espace de l'atelier. Dans le modèle industriel, la différence est très perceptible entre les espaces de point de vente et les espaces destinés à la production.

Le modèle artisanal devrait être en mesure de rompre avec ce modèle imposé dans une perspective d'économies d'échelle que ne profite qu'aux grandes corporations.

L'engagement commercial artisanal doit être que cet espace, **l'atelier ou les ateliers, est un espace multifonctionnel.** Tout d'abord, cependant, nous devons nous rappeler les règlements – cadres qui réglementent cet espace.

Normalement, il est considéré comme une salle de travail artisanal ou une entreprise «*toute unité économique légalement constituée qui effectue une activité incluse dans le répertoire des familles d'artisanat conformément à ce qui est indiqué à l'article et répond aux conditions suivantes:*

a) Que l'activité effectuée doit de préférence être manuelle ou, du moins, individualisée.

B) Qu'en tant que chef de production il y a un artisan ou artisane et contrôle l'ensemble du processus de production.

Il nous indique également que cet atelier artisanal peut être classé dans les catégories suivantes:



a) Individuel ou autonome.

b) Microentreprises: moins de 10 travailleurs et un chiffre d'affaires annuel ou un solde général annuel qui ne dépasse pas 2 millions d'euros.

c) Petite entreprise: moins de travailleurs, un chiffre d'affaires annuel ou un solde annuel que ne dépasse pas 10 millions d'euros.

d) Entreprises de taille moyenne: moins de de 250 travailleurs et un chiffre d'affaires annuel que ne dépasse pas 50 millions d'euros ou un solde général annuel qui ne dépasse pas 43 millions d'euros.

Normalement, lors du démarrage d'une entreprise artisanale, il est plus normal que nous n'ayons aucun problème à être reconnus dans l'une de ces catégories.

En conséquence, dans les règlements spécifiques pour le commerce artisanal, aucune restriction grave n'est introduite dans cet espace. Cependant, nous devons garder à l'esprit qu'il sera réglementé par la réglementation des consommateurs et, selon le type de produit, ses règlements.

En ce sens, nous devons garder à l'esprit que dans les domaines de l'atelier et de la production, il est important que nous nous concentrons comme des espaces multifonctionnels. Dans la mesure

du possible, ces espaces doivent tenir compte des fonctions de base et complémentaires appropriées.

Fonction de base

Pour les fonctions de base, nous comprenons que **l'atelier doit avoir un espace de production**. Cet espace doit permettre de travailler avec les meilleurs conditions possibles à la personne qui sera en charge de la production des différentes pièces. Chaque artisan et artisane doit connaître précisément sa famille qui sont règlement par rapport à l'espace, en particulier ceux liés aux risques professionnels et à l'espace public.

En même temps, **cet espace de production doit nous permettre de contribuer à l'histoire de l'unicité du produit** offert par l'artisan. Dans l'ensemble, nous ne devons jamais oublier la fonctionnalité principale que cet espace.

Fonctions supplémentaires

La première et avant tout des fonctions complémentaires à exercer par l'atelier est de pouvoir devenir aussi un espace de vente des produits eux – mêmes. Il est très important que nous ayons une distribution d'espaces qui nous permettent de produire dans les meilleurs conditions cette partie commerciale de l'entreprise. Rappelons que plus il y a de points de vente, mieux c'est, et que notre



atelier est un point de vente est une occasion que nous ne pouvons pas manquer.

Dans des fonctions complémentaires, nous seront clairement conditionnés au type d'entreprise que nous avons soulevée, mais il est intéressant de penser à ces **éléments multifonctionnels qui peuvent être de bons compléments pour notre entreprise:**

- **Espace de formation:** l'un des itinéraires que de nombreux artisans promeuvent est d'avoir une ligne formative, une bonne offre et des cours adressés à leurs spécialités.
- **Espace de présentations en petit format:** il est intéressant de prendre cet espace pour essayer de trouver des points de complicité avec d'autres secteurs et faire de notre atelier un espace dynamique. Toujours, selon les caractéristiques de l'espace, nous devons essayer de le presser et de chercher des actes de petit format tels que des présentations de livres ou de petits concerts. Cela nous permettra d'avoir une notoriété et d'augmenter le potentiel de vente de nos produits.
- **Espace partagé:** une des options que nous pouvons essayer de trouver lorsque nous entreprenons une entreprise artisanale est de tisser la complicité avec d'autres artisans de la municipalité, de faire des produits



et des propositions complémentaires pour la nôtre, d'être d'autres familles des artisans.

Optimiser les ressources gaspillées, telles que les espaces et les infrastructures.

Générer une dynamique de coopération et de réseautage. Pour mieux apporter la production à la consommation.

Permettre d'obtenir des ventes croisées.

Quelques conseils d'espace d'atelier:

- **Choisissez votre emplacement de façon cohérente.** Si nous voulons donner la fonction de point de vente, il est également important que nous choissions un point chaud de la ville. Il est toujours beaucoup plus facile d'attirer nos gens d'affaires qui le transmettent devant des gens qui n'ont à déménager que pour cette raison. Toutefois, un emplacement moins commercial ne se retire pas de cette approche consistant à utiliser l'atelier comme point de vente.
- **Choisissez votre emplacement de façon cohérente.** Si nous voulons donner la fonction de point de vente, il est également important que nous choissions un point chaud de la ville. Il est toujours beaucoup plus facile d'attirer nos gens d'affaires qui le transmettent devant des gens qui n'ont à déménager que pour cette raison.



Toutefois, un emplacement moins commercial ne se retire pas de cette approche consistant à utiliser l'atelier comme point de vente.

- **Il conçoit les deux principaux espaces et fonctions –** production et vente – de sorte que l'un apporte de la valeur à l'autre. Pour ce faire, vous pouvez enregistrer comment le produit est fait et le projet sur un écran, rendu toujours très attrayant. Ou essayez de séparer les espaces avec des vitraux, afin que les clients puissent connaître et voir votre espace de production. Cependant, ils doivent toujours rester des espaces très clairement différenciés.

- **Profitez de l'espace de vente avec des outils d'établissement commercial de détail.** Vous devez prendre soin de l'habillage de fenêtre et de sa projection externe. L'atelier doit inviter à entrer, à savoir ce qui se fait et, dans la mesure du possible, à acheter. Quelques idées pour votre vitrine et votre image extérieure:

Imaginez une histoire, essayez de transmettre quelque chose. Il utilise des couleurs vives et attrayantes.

Créez un point focal – il devrait être votre produit – sans saturer l'espace de beaucoup de vos créations.

L'éclairage de la façon dont vous jouez avec les lumières et les ombres est essentiel.



- **Certifiez, et le rendre visible, qu'il s'agit d'un établissement avec le sceau distinctif** de vente de l'artisanat catalan (voir Annexe 2).

Ainsi, l'espace atelier doit devenir le « fer de lance » de votre entreprise, l'espace central de création – mais aussi de vente – qui doit permettre de visualiser au consommateur et aux consommateurs qui vous êtes et ce que vous faites.

La commercialisation, le facteur de différenciation

L'un des aspects les plus importants – et dans de nombreux cas l'élément de différenciation – sera de bons fournisseurs de notre travail. Aujourd'hui, il ne suffit pas de savoir comment faire un bon produit, **mais aussi de savoir comment le vendre.**

Pour que ce soit une réalité, tout d'abord, et en tant qu'axe central, nous avons besoin d'une attitude positive et proactive envers les ventes. Dans des nombreux cas, les artisans et les artisanes considèrent que leur rôle est la création de produits – et ils ne font pas partie de la raison – mais si vous prenez la voie d'être un entrepreneur, artisan doit comprendre que la vente sera une partie essentielle de notre proposition.

Les différents outils promotionnels que nous avons, et nous devons intégrer notre stratégie promotionnelle, sont les suivants: la publicité, la promotion des ventes, les ventes personnelles, la publicité et le marketing relationnel.



Publicité

Dans le cadre de la publicité, nous pouvons faire des choses qui nous permettent d'améliorer notre image, presque toujours du point de vue de prendre pratiquement toutes les fonctions. Nous excluons une dépense importante pour une publicité dans la presse, la radio ou la télévision, et nous nous concentrons sur les éléments de publicité qui sont à notre disposition:

- Les **affiches d'affaires** sont un bon outil de promotion. Conçoit des affiches, des promenades et de bâtons attrayants.
- **Faire des dyptiques** est un bon outil de promotion pas particulièrement coûteux. Au – delà de la conception, pensez très bien les endroits où vous voulez partir. Par conséquent, il est important de rappeler quel public nous voulons vendre. Si nous essayons de vendre notre produit aux touristes, les offices de tourisme et les réceptions des hôtels peuvent être un bon endroit pour partir. Au contraire, si nous nous dirigeons vers la population locale, nous pouvons penser que ceux que fréquentent le théâtre ou de l'auditorium.
- **Cartes de visite.** Un outil simple, à faible coût, est d'avoir une carte pour l'artisan, l'artisane ou l'entreprise. Concevez une carte attrayante et transmise par une partie de votre essence.



- **La présence en ligne.** Au 21E siècle, la publicité que nous pouvons réaliser sur le net est un outil que nous ne pouvons pas laisser de côté. c'est pourquoi le prochain chapitre de manuel est consacré de manière monographique à cet aspect promotionnel.

Pour le faire vous – même, nous proposons un outil en ligne que est très intuitif à faire et qu'avec un travail basé sur un modèle vous permet de faire des conceptions attrayantes facilement. Vous avez juste à vous connecter et vous inscrire, c'est gratuit et juste au cas où vous l'utilisez beaucoup que vous devez penser à payer la version PRO. Nous laissons leur lien

www.canva.com

Promotion des ventes

Le deuxième des outils que nous avons à vendre plus est la promotion des ventes. C'est un outil qui doit être très présent. Faire des rabais, des cadeaux, des concours...est particulièrement conditionné à quel segment d'audience vous voulez vendre. **Les pièces d'artisanat sont généralement associées à l'exclusivité et à l'unicité, ce qui, en tant que point de départ, rend très conseillé de travailler avec des promotions de vente.**

Avec cette considération préalable, est un outil intéressant de la promotion de l'entreprise. Cependant, nous essayons de suivre les conseils suivants:



- Soyez une personne **active** dans **les événements liés à des jours spécifiques dans votre ville.**
- Essayez de **cibler vos promotions de ventes.** Travaillez avec des collectifs qui peuvent être représentatifs de votre clientèle objective et des rabais et des promotions de conception qui s'adressent à eux. Par exemple, nous pouvons contacter le groupe d'enseignants du primaire, en leurs offrant un atelier gratuit ou à brochures et des promotions spécifiques. Ou à la recherche de touristes séjournant dans les hôtels et faire un rabais spécifique sur les pièces que vous pensez peut – être plus intéressant. Ou dans le cas des clients réguliers, nous pouvons avoir avec eux quelques détails liés à la promotion des ventes, comme un cadeau. Nous essayons d'éviter les remises génériques et de distinguer et de personnaliser nos promotions.
- Il combine la promotion des ventes dans les cas où il **représente également un élément de promotion de votre entreprise.** Essayez de rechercher des alliés avec les médias de promotion locale, comme par exemple faire un concours – liée aux abonnés de certains médias de taille moyenne du territoire – cela nous donnera une notoriété dans le même milieu.



- Gardez à l'esprit que **le prix de vente sur l'artisanat n'a pas à être votre attraction principale**; par conséquent, vous bénéficierez de promotions de vente pour évaluer votre produit et votre entreprise. Une stratégie continue ou un prix de vente très agressif, dans le secteur de l'artisanat, a peu de chances de succès. La production industrielle est toujours plus efficace dans la réduction des coûts qui peut être au prix final.

Ventes personnelles

Les ventes personnelles doivent également être un point fort de la promotion artisanale. Cet élément est une valeur ajoutée qui permet au client d'être en contact avec l'artisan et l'artisane.

La vente a un point qui est très conditionné aux compétences commerciales de chaque personne, mais vous devez essayer d'incorporer:

- **Savoir écouter.** Il est essentiel d'écouter les clients et d'essayer de déchiffrer ce que vous recherchez. Sans écouter le client et presque impossible de se rapprocher d'une vente.
- **Empathie:** essayez de vous mettre à la place de votre clientèle, avec une attitude positive, même dans les cas où il est clairement affiché que vous ne serez pas atteint une vente. Parfois, nous ne vendons pas instantanément,



mais il se trouve que nous sommes dans l'esprit de cette personne et à l'avenir, nous pouvons faire la vente.

- **Persistence et attitude positive:** il faut avoir une attitude positive avec sa clientèle et toujours envoyer des messages positifs. Dans certains cas, si nous fermons pas la vente à ce moment – là, nous essayons d'obtenir vos coordonnées pour essayer de vendre à l'avenir. Il y a quelque chose que vous avez aimé dans votre entreprise, il sera donc plus facile de vendre quelque chose à ce client ou cliente, pour en trouver un nouveau.
- **Énergie et enthousiasme:** le visage, le regard, la robe...Tous doivent transmettre une attitude énergique, l'enthousiasme et l'intérêt que les clients achètent ce produit.
- **Beaucoup de patience:** on suppose que le pourcentage de personnes que sont intéressées et ceux qui finissent par acheter est très faible. Par conséquent, soyez patient et maintenez une attitude positive: c'est la seule façon de vendre.

Publicity

Nous comprenons par publicity que la promotion qui est faite de notre entreprise dans les médias promotionnels, mais nous n'avons pas eu à payer. Dans de domaine, nous avons beaucoup de voyages dans le profil des entreprises artisanales.



Diputació
Barcelona



Interreg
POCTEFA



Nous devons être réalistes: plusieurs fois la publicity est indirectement associée à la publicité payante, mais pas toujours. Découvrez quels profils multimédias peuvent être intéressés par ce que vous faites ou dans vos activités et essayer de générer des **événements et des propositions attrayants** afin qu'ils fassent un rapport à leurs médias.

Une bonne façon de réaliser également cette publicity est de **présenter notre entreprise en prix**. Ne vous concentrez pas seulement sur la recherche de prix liés à l'artisanat. Si vous avez fait un cas pour les dimensions du produit, et que vous avez incorporé des éléments à valeur ajoutée, essayez de fournir quelque chose aux domaines qui sont dans l'industrie artisanale qui peuvent être récompensés. Vous pouvez rechercher des prix liés à des éléments sociaux et environnementaux, tout dépendra de votre pari d'affaires.

Marketing relationnel

Une maxime du marketing, qui a appris à l'étape des années, est qu'il **est beaucoup plus coûteux d'atteindre un nouveau client ou des clients qui gardent le courant**. Cela signifie que nous devons prendre soin d'eux et les encourager à se sentir encouragés à faire de nouveaux achats dans notre entreprise.

Un exemple pratique, très facile à développer, est **la carte client**. Dans ce cas, nous pouvons chercher des noms commerciaux qui peuvent avoir plus de crochet, comme «la carte d'ami de...». De cette façon, nous pouvons avoir une base de données avec des



Diputació
Barcelona



Interreg
POCTEFA



téléphones, des courriers ou des directions afin d'effectuer des promotion de vente dans ce segment spécifique. Dans la secteur artisanal, il n'est pas conseillé de concentrer cette carte avec un paiement antérieur pour y parvenir. En fait, il serait recommandé d'intégrer une incitation en mode promotion des ventes (un petit rabais sur le premier achat) afin que les clients, le fassent.

Par conséquent, en ce qui concerne la promotion, il est important que ce n'est pas quelque chose que nous improvisons et que nous faisons, mais nous apprenons à avoir une stratégie écrite et prédéfinie de la promotion que nous voulons mener à bien.

Présence en ligne

Le dilemme ne devrait en aucun cas être de savoir s'il est présent ou non, mais quelle présence pouvons-nous avoir sur Internet. La bonne façon de les voir comme un **élément de complémentarité** dans notre projet d'espace physique, qui doit finalement être le principal point de vente et de promotion des entreprises.

Pour une micro-entreprise ou une petite entreprise artisanale, le réseau doit devenir un allié qui doit compléter la meilleure façon dont nous sommes dans le monde réel.

Par conséquent, le premier et le plus important conseil est d'essayer de contrôler parfaitement ce que nous faisons sur le réseau, afin que nous puissions aller dimensionner avec le passage du temps si nous voyons que les choses fonctionnent. Nous sommes toujours à temps



pour investir de l'argent et améliorer notre présence. Évidemment, tout peut être fait d'une meilleure façon si un professionnel est contracté, mais dans de nombreux cas, nous devons penser que le coût de le faire dépassera le revenu potentiel que les ventes généreront.

Les aspects avec qui nous devons travailler sont les suivants: formation, espace web, réseaux sociaux, vente en ligne...

Formation

C'est l'un des premiers éléments que nous devrions intégrer. Étroitement lié au niveau de connaissances que nous avons des outils Office et aux possibilités qu'ils offrent. Dans certains cas, il existe déjà une vaste connaissance; Nous devons donc nous former pour améliorer et promouvoir de nouveaux outils. En cas de non-connaissance, **un minimum de formation est essentiel**. Parfois, l'incapacité manifeste de l'artisan ou de l'artisan dans les nouvelles technologies peut être compensée par la recherche de quelqu'un dans leur environnement que le domaine et peut aider.

Avoir un espace web

Il est important d'avoir une page Web ou un blog. Pour peu de connaissances que nous avons, il est intéressant de choisir d'avoir sa propre page web, ce qui nous permettra également d'avoir un compte de messagerie associé.

Pour faire le site Web, nous pouvons contacter un professionnel, mais si nous externalisons cette tâche se termine généralement avec une



page sans vie et nous ne savons pas comment entrer de nouveaux contenus ou mise à jour. En ce sens, il existe de nombreuses options (à la fois payantes et gratuites) qui peuvent nous permettre de créer un espace web qui est à notre disposition. Voici quelques-unes des principales plates-formes que nous pouvons trouver :

Wix

Word Press

Jimdo

Ionos

Shopify

Ils ont modèle (Shopify spécifique pour le commerce) et ont des manuels qui rendent leur création relativement facile.

Réseaux sociaux

Il s'agit également d'un outil très puissant qui doit toujours être intégré dans notre entreprise. Cependant, seule sa simple création n'implique absolument rien : il s'agit de les dynamiser pour qu'ils soient des organismes vivants qui génèrent de la notoriété dans le réseau. Il y a des questions qui devraient être prises en compte.

En termes d'entreprises artisanales, les plus recommandés sont: Facebook, Instagram et Youtube canal.



Diputació
Barcelona



Interreg
POCTEFA



Il est recommandé que, en particulier sur Facebook et Instagram, nous effectuons constamment une moyenne de 3-5 publications hebdomadaires. Il est également important de prendre soin des éléments liés à l'image dans ces espaces (les outils graphiques du programme Canva - anciennement cité - nous pouvons faire des publications personnalisées).

Il est intéressant de générer dans ces espaces des outils de promotion des ventes, avec des concours partageant certaines informations, des rabais spécifiques pour certains groupes et groupes, des jeux liés à nos produits.

Nous recommandons que nous consacrons un total d'une demi-heure par jour pour prendre soin des réseaux sociaux. Ce n'est qu'avec ces trente minutes, tant que nous sommes constants, que nous aurons un réseau social dynamisé qui pourra être utilisé pour projeter notre image.

Ventes en ligne

Quant à la possibilité de faire des ventes, nous avons toujours deux options, qui peuvent être entièrement complémentaires:

Pour nous-mêmes: Dans ce cas, il est nécessaire d'intégrer l'option de la boutique en ligne sur notre site Web. Le principal

Projecte cofinançat pel Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER)
Projet cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER)



problème réside dans le fait que si vous voulez bien faire, il nécessite un investissement dans le niveau de qualité de la page et vous devez travailler avec la bonne par rapport à ses images et contenus. Cependant, si nous n'atteignons pas un bon positionnement et la visibilité du site lui-même sera impossible pour quelqu'un de nous acheter.

Rechercher des alliés en ligne: C'est l'inverse que nous avons afin de faire des ventes en ligne. Là où nous ne croyons pas que nous sommes en mesure d'atteindre, c'est de trouver un allié qui nous permet de faire ces ventes.

Plus précisément, nous parlons de pages Web et d'espaces qui vous permettent d'intégrer vos produits et ont donc une visibilité dans le réseau. Toutefois, ces plates-formes facturent un coût intermédiaire.

Dans la plupart des cas, il s'agit d'un coût variable pour chaque produit. **Si nous ne demandons pas de montants minimums ou de frais fixes, c'est un bon moyen de faire des ventes en ligne sans avoir à faire un investissement précédent.** Voici quelques-unes des pages Web spécialisées où nous pouvons être présents :

Artesanum (www.artesanum.com)

Amazon Handmade

Bonanza (www.bonanza.com)



**Diputació
Barcelona**



**Interreg
POCTEFA**



Etsy (www.etsy.com)

Artfire (www.artfire.com)

Ceux-ci devraient incorporer des portails d'artisanat plus spécifiques, en fonction du produit artisanal que nous voulons vendre.

Lorsque vous démarrez en tant qu'entrepreneur artisanal, la stratégie la plus recommandable est de faire des alliés en ligne au départ, et si nous voyons que nous avons un certain succès ou qu'il y a une demande latente pour nos produits sur Internet, d'intégrer la boutique en ligne.

Une stratégie de toile d'araignée

Sur le plan stratégique, ce qu'un artisan ou un entrepreneur devrait être en mesure de faire est une stratégie web.

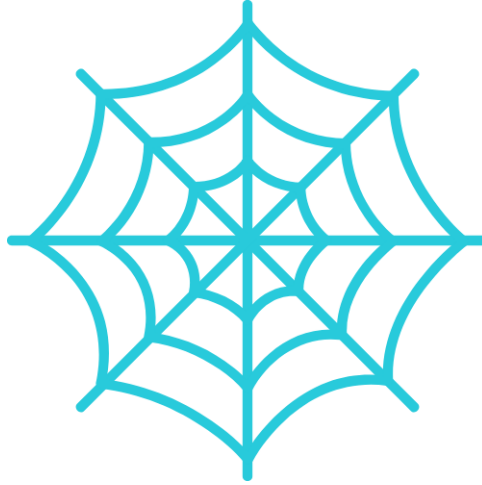
Au centre de ce web il doit y avoir le site, qui doit être la partie nucléaire. De là, nous devons avoir la capacité de tisser une série d'actions dans différents domaines qui doivent permettre à notre entreprise artisanale - bien que petite - a une présence remarquable sur le net; Et, plus important encore, il servira à augmenter le nombre de ventes.



**Diputació
Barcelona**



Interreg
POCTEFA



Projecte cofinançat pel Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER)
Projet cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER)

Réseaux relationnels

Nous devons avoir la capacité d'avoir un réseau relationnel important dans notre environnement. La première question que nous pouvons vous poser est la suivante : comment pouvons-nous le faire pour construire ce réseau?

La réponse est très simple: **avec attitude**.

Si en tant qu'artisans et artisans, nous fermons dans notre atelier pour créer des pièces et ne rien faire de plus, il sera compliqué pour nous de construire un ensemble de réseaux relationnels qui améliorent et optimisent nos options.

Les principaux agents que nous avons à tisser des réseaux relationnels comme les entreprises artisanales sont: la clientèle possible, les entreprises fournisseurs, les entreprises artisanales, d'autres entreprises dans l'environnement, les associations de commerçants et les administrations publiques.

La clientèle

Le premier des réseaux dont nous devons tenir compte et dont nous nous occupons est le réseau relationnel avec nos clients, et la clientèle future possible. Auparavant, nous avons cité des outils de marketing relationnel pour tisser des relations positives. L'objectif devrait être de tisser les relations à moyen et à long terme. Il est préférable de renoncer à une partie des bénéfices d'une vente, mais

cela nous permet d'atteindre les ventes futures, que de maximiser les avantages de la première vente.

Entreprises fournisseurs

Nous devons également avoir une relation qui est basée sur la confiance mutuelle et sous le prisme d'établir des relations au-delà de la simple entreprise. Nous devons penser que de nombreuses fois ont des informations sur le propre secteur qui peuvent être particulièrement intéressantes et pertinentes. Nous essayons d'obtenir de bons prix et une bonne offre de nos intrants, mais nous essayons d'aller un peu plus loin. Il est également intéressant de trouver des fournisseurs qui nous permettent d'avoir une valeur ajoutée pour notre philosophie d'entreprise. Un bon exemple est de travailler avec des fournisseurs de proximité ou de répondre aux exigences des produits respectueux de l'environnement.

Entreprises artisanales

Souvent, les autres entreprises artisanales sont visualisées comme de la concurrence et c'est au contraire, dans le secteur artisanal, de sorte que notre initiative est couronnée de succès est beaucoup plus facile si elle fait partie d'un ensemble plus large. Cela ne fera qu'abouti à un prisme avec la coopération avec d'autres entreprises : elles sont nos meilleurs alliés.

Une bonne façon de promouvoir ces relations est de rejoindre les différentes **associations d'artisans** actuellement là.

C'est un endroit où nous pouvons apprendre beaucoup de nos collègues. Au niveau catalan, et selon votre famille d'artisanat, nous pouvons trouver différentes associations (Annexe 3).

Ce sont quelques-uns des plus notoires dans le cadre catalan, mais pensent aussi que dans de nombreux comtés sont des associations artisanales dans la région.

S'il n'y a pas d'association d'artisans de proximité, elle cherche à faire partie d'un cadre plus large, **comme les associations d'entreprises ou les associations marchandes locales**. Partie de formulaire: Vous trouverez des complicités que vous ne pouvez même pas imaginer. La façon la plus simple pour un hôtel de recommander, ou vous pouvez travailler avec, est d'apprendre à vous connaître et vous voir comme un égal. Par conséquent, il tisse des relations avec les entreprises qui, bien que non dans le secteur artisanal, peuvent également fournir des points d'appariement ou de réunion. Il en va de même pour les négociants de produits non artisanaux, avec lesquels nous partagerons de nombreuses préoccupations et problèmes, ainsi que des solutions possibles. Il est toujours plus de force de faire connaître notre voix d'une manière partagée que l'individu.

Le noyau relationnel suivant

Enfin, le dernier des réseaux relationnels que nous devons savoir travailler et prendre soin est le prochain. D'une part, nous aurons-s'il y a-les travailleurs de l'entreprise. Celles-ci doivent être alignées sur les

valeurs de notre entreprise et être en mesure de les impliquer dans le projet.

À partir de là, nous devons être en mesure d'essayer de tisser des relations avec tous les agents possibles que nous avons, dans un premier temps, dans notre municipalité. Cela signifie associations, clubs, événements, activités... Dans tout ce qui se passe dans **notre environnement immédiat**, nous devons essayer de garder à l'esprit.

Administrations publiques

C'est un aspect sur lequel nous devons travailler : de nombreuses fois, les entrepreneurs sont visualisés sous un prisme d'audit. Nous devons essayer de tisser des synergies et de trouver de la complicité. Il peut être un bon allié pour différentes stratégies dans lesquelles nous pouvons ajouter de la valeur du territoire.

Aussi une autre ligne intéressante à toujours être présent sont toutes les actions qui sont menées dans des domaines tels que la formation ou plusieurs jours.

Nous devons voir l'administration comme un potentiel allié pour notre entreprise artisanale.

Par conséquent, ce que nous devons faire, c'est, de façon proactive, nous diriger vers l'administration publique que nous avons plus près : les conseils. Du conseil municipal et de ses différents domaines, nous



**Diputació
Barcelona**



Interreg
POCTEFA



devons expliquer notre projet et dire que nous devons vous aider. Nous avons la présence et connaissons notre existence et notre activité. S'ils ne nous connaissent pas, c'est beaucoup plus difficile qu'ils ne peuvent aider.

Un domaine dans lequel **les administrations peuvent nous aider** est dans le cadre du processus d'incorporation et de création de l'entreprise. Une grande partie des administrations locales ont dans les compétences des différents domaines de promotion économique des conseils spécialisés. Il est important que nous mettions en contact, que nous puissions faire un accompagnement essentiel dans ces phases initiales de la création de l'entreprise artisanale.

Options pour la création de votre entreprise.

Entreprise ou société autonome

L'un des principaux doutes que nous avons lors de la création d'un projet d'entreprise se réfère à ce qui est la meilleure façon juridique de le faire. Avant d'entrer, cependant, dans quelles sont les différentes formes juridiques, il y a une série de questions importantes que nous devons faire et conditionner le choix typologie ou autre:

- **Nombre de membres et leur relation avec l'entreprise:** nous devons être très clairs sur les partenaires de l'entreprise et qui seront leur relation et leur implication. Il n'est pas recommandé que votre nombre soit supérieur à quatre, à moins que le modèle de l'entreprise artisanale que nous voulons assembler soit de grande taille. Il est également important que nous mettions tous nos objectifs sur la table, les implications dans l'entreprise, le temps disponible,... Il est



toujours préférable d'avoir les choses claires et de ne pas prévoir de budget pour quoi que ce soit. Cela permettra d'éviter de futures discussions et des problèmes les uns avec les autres.

- **Capital disponible:** Il s'agit d'une question importante, qui a à voir avec l'investissement initial que nous pouvons faire. Mais il conditionnera aussi le type de société. Bien que le capital minimum soit nécessaire pour créer une entreprise, cela ne signifie pas qu'il ira à un fonds perdu, mais que c'est de l'argent qui est destiné à la société.
- **Dépenses de constitution:** Parfois, c'est un problème pour les membres ou les partenaires, qui voient dans les coûts d'artisanat de l'entreprise artisanale. C'est une fausse réalité : les dépenses pour constituer l'entreprise sont relativement faibles et pas particulièrement compliquées, et dans ce manuel nous exposons les étapes à suivre pour le faire soi-même. Choisissez donc le modèle de société qui semble être meilleur dans le fonctionnement futur de l'entreprise, indépendamment des dépenses constitutionnelles qui ont une typologie ou une autre.
- **Fiscalité:** Par la fiscalité, nous comprenons les faits liés aux impôts tirés de notre activité. Les taxes et les méthodologies de calcul entre un type et un autre sont particulièrement différenciées. Nous devons également garder à l'esprit ce que



sera la fiscalité individuelle des différents membres par rapport à leur régime de cotisations à la sécurité sociale.

- **Situations personnelles spécifiques:** À cet égard, nous devons garder à l'esprit que, parfois, nous sommes conditionnés à des situations personnelles telles que la volonté de capitaliser sur le chômage, et que nous devons être attentifs à ce type de situations spécifiques. nous lors du choix d'un type de société.

Une fois que ces locaux ont été réponsus, nous devons décider quel type d'entreprise est celui qui répond le mieux à nos besoins. Il existe de nombreux types de formes juridiques : employeur individuel (travailleur autonome), société anonyme, société par actions, coopérative, coopérative de travailleurs, partenariat avec des actions, société civile privée, société à responsabilité limitée, Société Travail...

Le profil majoritaire d'un entrepreneur ou d'un artisan entreprenant nous fait rejeter un bon nombre de ces options, car elles ont une complexité relative et un niveau d'investissement qui s'adaptent peu de fois au profil entrepreneurial. Par conséquent, dans les caractéristiques génériques que nous trouvons (entre un et trois partenaires, avec des investissements inférieurs aux 60 000 euros ou peu de connaissances en gestion administrative) portent généralement une disjonctive: ou un employeur individuel ou une société anonyme.



Dans ces cas, les caractéristiques suivantes doivent être prises à l'esprit de chacun des deux types:

- **Employeur ou entrepreneur individuel:** populairement connu sous le nom de pigistes, sont des cas où il n'y a qu'un seul partenaire, ou membre, et nous n'avons pas de capital minimum pour démarrer l'entreprise. Nous citerons la sécurité sociale pour les travailleurs indépendants et le régime de l'impôt, nous serons soumis à l'impôt sur le revenu des particuliers. Nous devons garder à l'esprit que la responsabilité de l'employeur individuel est illimitée, et en cas de problèmes, il doit répondre avec tout son patrimoine actuel et futur.

Dans les cas où il n'y a qu'un seul membre, ou partenaire, sans compétences administratives et de gestion, et où l'investissement n'est pas élevé, ce serait le modèle le plus recommandable.

- **Société limitée:** Dans ces cas, nous sommes déjà dans une figure d'entreprise. Nous pouvons créer une société anonyme avec un seul membre ou partenaire (société anonyme unique) et dans la bande supérieure il n'y a pas un maximum de partenaires. Oui, nous avons un capital social minimum nécessaire pour nous constituer en tant qu'entreprise, qui est de 3 005 euros. La société sera soumise au niveau fiscal de l'impôt sur les sociétés une fois par an, ainsi que d'autres régimes tels que la TVA. Dans le cas des actionnaires



majoritaires ou des administrateurs de l'entreprise, ceux-ci doivent cotiser à la sécurité sociale sous le régime autonome. L'un des éléments importants à garder à l'esprit est que les partenaires ont une responsabilité limitée à la contribution du capital (si nous avons fixé le minimum, 3 005 euros). Toutefois, nous devons garder à l'esprit que c'est le cas chaque fois qu'une pratique commerciale « normale » a été mise en œuvre, comme s'il y avait une mauvaise gestion ou une administration frauduleuse de l'entreprise, le potentiel affecté par la fermeture de l'entreprise (généralement les fournisseurs Les créanciers) peuvent tenter une action en justice, et dans le cas de considérer qu'il y a eu une faute professionnelle de la direction de l'entreprise, les administrateurs des membres de la société seraient une responsabilité illimitée avec leurs biens. Si notre situation est que nous sommes parmi 2-4 personnes qui veulent nous impliquer dans le projet d'affaires artisanale, ce serait l'une des meilleures options. Il nous permet également d'avoir des rôles et des protagonistes différents dans l'entreprise, du membre ou du partenaire qui ne fait que des contributions financières, à laquelle il est impliqué étant un membre ou un partenaire de travailleur.

En nous constituant en tant qu'entreprise, l'une des choses dans lesquelles nous devons faire une attention particulière est d'obtenir une aide financière ou un soutien potentiel de la part des administrations publiques. Comme nous l'avons recommandé dans la



Diputació
Barcelona



Interreg
POCTEFA



section Réseaux Relationnels, la meilleure chose que vous pouvez faire est d'aller à l'organisme du conseil municipal qui peut vous accompagner pour la création de l'entreprise, car il ya des professionnels qui sauront parfaitement que vous pouvez accueillir. Il est toutefois important que nous conceptualisons l'aide ou les subventions comme une autre chose, une éventuelle aide "extra", mais jamais sous le prisme de la viabilité de l'entreprise liée aux subventions ou de la calculer afin d'effectuer des paiements. Vous pensez que parfois les subventions peuvent être retardées dans leurs engrais, ou il y a des erreurs de traitement, ou qu'elles nous accordent des quantités plus faibles de celles que nous attendions.

Reempresa

Un modèle d'affaires qui souvent n'est pas présent, et il est important de le faire, est la proposition qui est faite à partir de remplacer. Il s'agit d'une proposition qui met en contact des projets d'affaires qui sont en opération, mais qui veulent se coucher, avec d'autres qui veulent commencer.

De l'espace web, nous définissons le projet REEMPRESA comme suit:

"Reempresa est le marché de l'achat et de la vente de petites et moyennes entreprises en Catalogne. Il s'agit d'un nouveau modèle d'entrepreneuriat et de croissance"

Projecte cofinançat pel Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER)
Projet cofinancé par le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER)



des entreprises : un mécanisme professionnel par lequel un ou plusieurs entrepreneurs accèdent à la propriété d'une autre entreprise, en activité, pour la faire croître sans avoir à passer par la phase de création. Dans la plupart des PME, et dans toutes les entreprises personnelles, ce processus signifie la prise en charge des tâches de gestion et de gestion par l'entrepreneur.

Dans la structuration du processus Reempresa, tous les actifs de l'entreprise sont maintenus et cela continue d'opérer, le maintien des emplois, des installations, des clients et des fournisseurs, et de donner de la valeur à toute l'histoire, en particulier l'effort Développé dans la création et le développement initiaux de l'entreprise.

En outre, avec la cession d'entreprises, le tissu d'affaires actuel et futur est renforcé et un marché capable de provoquer la croissance économique est promu. Il est évident que la société de gestion régulière a beaucoup plus de possibilités et de capacités de production de ressources qu'une nouvelle entreprise à partir de zéro, en évitant le conflit et la judiciarisation de la fermeture des processus d'affaires».



**Diputació
Barcelona**



**Interreg
POCTEFA**



Dans une recherche réalisée sur le site De Reempresa, avec une consultation d'affaires d'artisanat dans la province de Barcelone, nous avons plus de 1200 références.

Par conséquent, nous considérons qu'il s'agit d'une initiative intéressante, qui peut être utilisée par un entrepreneur ou un artisan pour ne pas démarrer le projet à partir de 0, et peut-être une façon intéressante de devenir un entrepreneur ou un artisan entrepreneur.

Le web de référence est le suivant et vous avez un réseau de points sur le territoire qui vous fera des conseils personnalisés pour exposer plus clairement cette proposition:

www.reempresa.org

Étapes pour créer l'entreprise artisanale

Une fois que nous aurons clairement le genre de société que nous voulons créer, la prochaine étape sera d'exécuter toutes les procédures de sa constitution. En ce qui concerne les conseils juridiques, il est toujours important que nous ayons clairement l'option choisie. Au niveau de l'exécution de différentes procédures, nous pouvons les faire directement, ou nous pouvons embaucher une agence pour les faire. Tout dépendra de notre budget, de nos

connaissances techniques ou de notre volonté d'effectuer des tâches administratives.

Voici les différentes étapes à suivre dans le cas du choix de constituer en tant que gens d'affaires ou entrepreneurs individuels et ceux qui choisissent une société limitée.

Entrepreneur individuel ou autonome

Il s'agit d'un chiffre qui recherche un niveau important d'agilité et de facilité dans la gestion de sa start-up et de son activité. Les différentes procédures à suivre sont les suivantes :

Déclaration d'inscription et début du recensement de l'activité. Procédure à effectuer à l'administration fiscale.

Enregistrement de la taxe sur les activités économiques. Procédure à effectuer à l'administration fiscale.

Permis d'ouverture municipale. Au conseil municipal.

Inscription à la sécurité sociale. A la délégation du Trésor général de la Sécurité sociale.

Communication de l'ouverture du centre de travail. A la Generalitat de Catalogne.



Société à responsabilité limitée

Dans ce cas, les procédures sont un peu plus nombreuses et dans certains cas plus fastidieuses, mais complètement disponibles pour tout entrepreneur ou artisan entrepreneur. Veuillez noter que la procédure standard vous mènera à une période de près de 40 jours pour que votre entreprise soit pleinement opérationnelle.

Les différentes étapes à suivre sont les suivantes :

Certification négative du nom ou de la raison d'entreprise. Il s'agit d'une procédure qui a lieu dans le registre commercial central, qui peut être fait en ligne sans aucun problème. Il s'agit d'indiquer et de vérifier qu'il n'y a pas de société enregistrée avec le même nom que vous voulez y mettre. Vous serez invité pour une liste de préférences pour 5 noms. Son coût est inférieur à 15 euros. Les procédures sont faites à partir de l'adresse Web suivante :

<http://www.rmc.es/>

Octroi de l'état public de constitution en société. Cette procédure est effectuée devant un notaire. Par conséquent, la première chose que vous devez faire est de prendre rendez-vous au notaire, et d'indiquer sa raison. Ils vous demanderont :

- Certification de nom négatif: déjà obtenue



- Certificat bancaire de capital souscrit : Vous devez vous rendre à la banque et inscrire le montant minimum de 3 005 euros; créer un compte chèque qui, tant que l'entreprise n'est pas constituée, aucun retrait en espèces ne peut être effectué.
- Règlements de la Société: Normalement, chaque notaire a sa propre forme de règlements, qui vous fournira et vous devez remplir les noms des membres, de la société, du nombre d'actions et de la personne qui les a... Il n'est pas particulièrement compliqué à remplir et si vous avez des doutes, l'agence devrait vous offrir le service de conseil, qui va avec le prix. Le coût de cette procédure dépendra des tarifs.
- **Liquidation de la taxe sur les transmissions patrimoniales et les actes juridiques documentés.** Avec l'opinion publique et deux exemplaires simples, nous irons à l'administration de la Generalitat pour liquider cette taxe.
- **Déclaration d'enregistrement dans le recensement du début d'activité.** Procédure à effectuer à l'administration fiscale.



- **Enregistrement de la taxe sur les activités économiques.** Procédure à effectuer à l'administration fiscale.
- **Permis d'ouverture municipale.** Au conseil municipal.
- **Inscription au Registre mercantile et publication au BORME.** À effectuer dans la délégation provinciale du Registre mercantile.
- **Enregistrement de l'entreprise à la Sécurité Sociale.** A la délégation du Trésor général de la Sécurité sociale.
- **Communication de l'ouverture du centre de travail et obtention des livres de Matrícula et visites.** A la Generalitat de Catalogne.

Ce sont les différentes procédures administratives et fiscales que nous devons mener afin de nous constituer en tant que société anonyme et de pouvoir commencer avec notre entreprise.



En avant

Tout au long de ce manuel, nous avons indiqué différents aspects, considérations importantes et conseils pour être en mesure de démarrer notre entreprise artisanale.

La chose la plus importante de **tous est que c'est votre projet**. Ici, nous avons incorporé des conseils qui peuvent vous aider à améliorer ou polir certaines choses - que dans de nombreux cas, vous saviez déjà- mais que vous n'aviez pas encore structuré.

Vous devez comprendre que l'activité que vous êtes sur le point de commencer est un chemin qui impliquera des sacrifices, qui est marqué par une incertitude inhérente de la façon dont il va aller. Cependant, vous devez être en mesure de réaliser votre projet de vie et d'affaires, car il vous **apportera également de nombreuses joies et satisfactions**.



**Diputació
Barcelona**



Interreg
POCTEFA



Beaucoup seront les pierres que vous rencontrerez, les obstacles et les complications, mais pensez que ce n'est pas une façon que vous avez à faire seul ou seul: la recherche de complicité, tisser des relations et, surtout, devenir excité et penser que vous démarrez une entreprise unique. **Comme les pièces que vous créez, c'est une création unique que vous devez être en mesure d'imprégner de votre tampon personnel.**

En avant !!!



**Diputació
Barcelona**



**Interreg
POCTEFA**



El projecte EFA219/16 *Fomentar una estratègia compartida d'innovació i desenvolupament sostenible de la artesanía artística* COOP'ART ha estat cofinançat en un 65% pel Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER) a través del Programa Interreg V-A Espanya-França- Andorra (POCTEFA 2014-2020). L'objectiu de POCTEFA és reforçar la integració econòmica i social de l'espai fronterer Espanya-França- Andorra. Aquest ajut es concentra en el desenvolupament d'activitats econòmiques, socials i mediambientals transfronterera a través d'estratègies conjuntes que afavoreixen el desenvolupament sostenible del territori.

Le projet EFA219/16 *Favoriser une stratégie partagée d'innovation et de développement durable des Métiers d'art* CCOP'ART a été cofinancé à hauteur de 65% par le Fonds Européen de Développement Régional (FEDER) au travers du Programme Interreg V-A Espagne-France-Andorre (POCTEFA 2014-2020). L'objectif du POCTEFA est de renforcer l'intégration économique et sociale de l'espace frontalier Espagne-France-Andorre. Son aide est concentrée sur le développement d'activités économiques, sociales et environnementales transfrontalières au travers de stratégies conjointes qui favorisent le développement durable du territoire.