



# Conseiller Kidiboum pour impulser son développement



31/03/2017

## **EQUIPE M**

François Oms

Stéphanie Plavinet

Solène Richard

Aurélie Vauzel

Professeur pilote : Mme Boiteau

## Table des matières

<b>1. Présentation de l'entreprise : une identité en construction</b> .....	<b>3</b>
1.1 Facteurs constituant l'identité de <i>Kidiboum</i> .....	3
1.2 Prendre en compte l'organisation interne de <i>Kidiboum</i> pour adapter nos missions aux besoins .....	4
1.2.1 <i>Kidiboum</i> , une jeune entreprise qui adapte sa politique commerciale à ses objectifs .....	4
1.2.2 Un manque d'organisation qui freine son développement .....	4
<b>2. Des missions qui tiennent compte de l'environnement de l'entreprise ainsi que de son but de croissance</b> .....	<b>5</b>
2.1 Une analyse SWOT est primordiale pour instaurer des stratégies .....	5
2.1.1 Les opportunités de <i>Kidiboum</i> se caractérisent par un marché laissant un libre choix .....	5
2.1.2 Les menaces sont liées à la croissance du marché .....	6
2.2 Une analyse PESTEL permet de connaître l'environnement et son impact sur l'entreprise .....	7
<b>3. Des missions qui répondent aux besoins de l'entreprise</b> .....	<b>8</b>
3.1 Une étude de marché au plus près de la réalité .....	9
3.1.1. Comment réaliser cette étude de marché ? .....	9
3.2 La promotion de l'entreprise devient nécessaire .....	10
3.2.1. Comment promouvoir <i>Kidiboum</i> ? .....	10
3.3 Une veille juridique qui anticipe ses barrières au développement .....	11
3.3.1. Comment réaliser cette veille juridique ? .....	11
<b>Conclusion</b> .....	<b>12</b>
<b>Annexes</b> .....	<b>13</b>
Fiche d'identité de <i>Kidiboum</i> .....	13
Planning prévisionnel de nos sept semaines .....	13

Monter un projet de création d'entreprise demande une étude minutieuse de ce marché et des entreprises qui l'occupent. L'entrepreneur doit se poser plusieurs questions au préalable, notamment sur le nombre et le profil de ses concurrents et sur la place restante pour les nouveaux venus sur le marché : le but est de maîtriser l'environnement sur lequel il souhaite implanter son entreprise. Dans le cadre de notre stage au sein de l'entreprise *Kidiboum*, qui est une jeune entreprise créée il y a moins d'un an, affiner cette connaissance du marché représente le cœur de notre mission. Compte tenu de la « démocratisation » récente du marché de l'organisation et animation de fêtes pour enfants, le marché est changeant et la concurrence évolue. Afin d'aider la dirigeante de *Kidiboum* dans la gestion et le développement de son entreprise, nous allons imaginer que cette dernière n'est pas encore créée et étudier le marché de manière à ensuite pouvoir conseiller l'entreprise. C'est pourquoi nous allons réaliser une étude de marché afin de déterminer avec précision la demande des familles et les offres de la concurrence. Aussi, nous nous intéresserons aux aspects juridiques de l'auto-entreprenariat de manière à guider la dirigeante de l'entreprise dans sa volonté de changer de statut. Enfin, nous rechercherons des partenariats afin de développer l'activité économique de *Kidiboum*.

# 1. Présentation de l'entreprise : une identité en construction

## 1.1 Facteurs constituant l'identité de *Kidiboum*

*Kidiboum* est une entreprise d'évènementiel spécialisée dans la création d'évènements autour de la famille et de l'enfant. Son nom se veut simple et évocateur. En effet, il présente la principale cible de l'entreprise. *Kidiboum* est composé de « kid » qui se traduit de l'anglais comme enfant. Ainsi, l'entreprise est faite pour les enfants. La deuxième partie du nom de l'entreprise « Boum » fait penser aux fameuses fêtes durant lesquelles les enfants s'évadent et profitent pleinement de l'évènement.

*Kidiboum* a été créée en avril 2016. C'est sous le statut d'auto entrepreneur que cette entreprise se présente. Ce statut permet à l'entreprise d'optimiser son résultat bien que sa dirigeante soit consciente qu'un changement de statut s'impose pour développer son activité.

Le métier de *Kidiboum* est l'organisation et la création d'évènements s'adressant aux enfants et aux familles. Ainsi, l'entreprise propose différentes prestations telles que la réalisation d'anniversaires pour enfants, des babys showers, ou des fêtes diverses. Mais *Kidiboum* organise également des évènements pour les entreprises comme des arbres de Noël. Le cœur de métier de l'entreprise est l'animation.

*Kidiboum* a pour slogan « créateur de fêtes pour enfants », ce slogan présente le métier et l'activité de l'entreprise. Puisque c'est la création et l'organisation de fêtes que l'entreprise propose. *Kidiboum* s'adresse aux parents ou aux entreprises afin de proposer ses services pour les enfants. Ainsi en évoquant les enfants dans son slogan, *Kidiboum* détermine la cible de son offre.

L'entreprise pratique une stratégie de croissance. Après sa récente création en avril 2016, elle a vu son chiffre d'affaires augmenter considérablement. Son chiffre d'affaires s'élevait à 770 € pour les mois de mai juin et juillet, lors du début de l'activité de l'entreprise. Aujourd'hui, du 27 septembre au 8 janvier, l'entreprise a réalisé un Chiffre d'affaires de 8215€.

Son premier objectif est d'assurer sa survie et de réaliser un chiffre d'affaires qui couvre ses charges et qui permet de dégager un certain bénéfice. L'entreprise cherche à maximiser son profit en augmentant ses marges. Ainsi, *Kidiboum* cherche à se développer de manière à avoir une activité constante. Aussi, elle souhaite développer son activité avec les entreprises, de manière à augmenter son chiffre d'affaires en B to B. A plus long terme, *Kidiboum* souhaiterait changer de statut d'ici 1 an car avec ambition, elle souhaiterait pouvoir dépasser le plafond fixé pour les auto-entrepreneurs. Dans le même temps, l'entreprise aimerait former une équipe d'animateurs permanents afin de pouvoir continuer le développement de l'entreprise sur le plan de l'animation.

## 1.2 Prendre en compte l'organisation interne de *Kidiboum* pour adapter nos missions aux besoins

### 1.2.1 *Kidiboum*, une jeune entreprise qui adapte sa politique commerciale à ses objectifs

*Kidiboum* souhaite s'affirmer sur le marché de l'organisation et animation de fêtes pour enfants, conformément à sa recherche de croissance.

Elle se projette à long terme puisqu'elle prévoit d'élargir son métier, notamment en créant une partie marchande sur le site de *Kidiboum* : l'entreprise ne serait donc plus spécialisée dans l'animation pour enfants.

A plus court terme, la dirigeante cherche d'une part que le nombre d'anniversaires qu'elle réalise par mois soit plus important, et d'autre part que les prestations réalisées pour des professionnels soient plus nombreuses. En effet, les prestations réalisées par *Kidiboum* sont pour le moment majoritairement dédiées aux particuliers.

Cependant, *Kidiboum* a été créée pour apporter un complément de revenu à la famille de la dirigeante tout en lui permettant de disposer de temps pour se consacrer à ses proches. Ainsi, *Kidiboum* cherche à croître et à dégager des marges suffisantes, mais la volonté de la dirigeante reste d'avoir du temps pour elle quitte à voir son chiffre d'affaires limité.

Pour atteindre ses objectifs, *Kidiboum* possède des forces incontestables : elle s'adapte à son environnement. Lors de sa création, les prix qu'elle pratiquait étaient égaux ou supérieurs à celui du marché. De ce fait, pendant ses cinq premiers mois d'activité, l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 770€, ce qui était largement inférieur à ses attentes. Dès lors, la dirigeante a pris l'initiative de revoir ses prix à la baisse à la fin du mois de septembre, une décision qui a eu des répercussions positives pour *Kidiboum*. Aujourd'hui, *Kidiboum* parvient à être compétitive car elle pratique des prix légèrement plus bas que ses concurrents. Cette initiative de baisse des prix a permis à *Kidiboum* d'atteindre son objectif qui était de conquérir une plus grande part de marché : en dix mois, l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 8215€.

Ce changement a aussi permis à cette jeune entreprise de construire sa notoriété pour grandir sereinement. Un début de fidélité de la part de ses clients est visible, reflet de la satisfaction de ceux-ci en terme de rapport qualité/prix.

### 1.2.2 Un manque d'organisation qui freine son développement

*Kidiboum* présente certes des forces, mais laisse encore apparaître des failles dues à sa jeunesse et au fait que sa dirigeante soit spécialisée dans l'animation et non dans la gestion d'une entreprise. Le fait que la dirigeante exerce son activité en tant qu'auto-entrepreneur et que par conséquent elle gère cette entreprise seule a des répercussions sur son activité.

Tout d'abord, son identité n'est pas claire auprès de ses potentiels clients : elle ne possède pas de local et donc pas d'adresse, la dirigeante a seulement indiqué que *Kidiboum* est implantée dans le XVIème arrondissement à Paris : son site internet est donc l'unique vitrine de

l'entreprise. Cela renforce le risque d'incompréhension du fonctionnement de cette entreprise par les clients : il n'y a pas de précision sur le lien qui unit la dirigeante aux animateurs. En effet, ils ne sont pas salariés permanents de l'entreprise : ils sont embauchés pour chaque nouvelle prestation par le biais de sites internet tels que *Le bon Coin* ou encore *Planète Anim'*. Elle n'a donc pas d'avis sur le professionnalisme des individus qu'elle embauche avant d'assister à leur prestation chez les clients. La dirigeante ne traite pas toujours avec les mêmes animateurs, ce qui menace la stabilité de *Kidiboum* puisqu'un écart peut être visible lors des animations entre les valeurs véhiculées par la dirigeante et *Kidiboum* et celles des intervenants (animateurs, magiciens...), qui n'ont naturellement pas développé de sentiment d'appartenance à l'entreprise.

De plus, ne pas avoir d'équipe permanente de professionnels et d'animateurs ne lui permet pas d'être stable dans la mesure où ils ne travaillent pas exclusivement pour la jeune entreprise et par conséquent ne sont pas toujours disponibles lorsqu'elle en a besoin. Par exemple, beaucoup de devis ont été refusés durant le mois de décembre du fait d'un manque d'animateurs et de professionnels.

Enfin, nous avons décelé lors de nos premiers jours de stage que la menace qui guette *Kidiboum* vient principalement d'un manque d'organisation ainsi que de connaissances en gestion : c'est ici que notre présence va prendre tout son sens. *Kidiboum* fait preuve de volonté pour se développer mais ne parvient que partiellement à identifier ses besoins et ses difficultés. Par exemple, vouloir étendre son activité au-delà de l'animation pourrait rendre son identité trop floue et sa gestion trop difficile. De même, les questions qui se posent sur son statut et son mode de recrutement deviennent primordiales à la pérennité de l'entreprise.

## 2. Des missions qui tiennent compte de l'environnement de l'entreprise ainsi que de son but de croissance

### 2.1 Une analyse SWOT est primordiale pour instaurer des stratégies

#### 2.1.1 Les opportunités de *Kidiboum* se caractérisent par un marché laissant un libre choix

Les opportunités concernant notre entreprise *Kidiboum* se centrent principalement sur un marché rempli d'atouts. Le marché de l'animation pour enfants se qualifie comme étant en pleine croissance, avec une faible concurrence. Sa concurrence se chiffre par une quinzaine d'agences d'évènementiel spécialisées dans l'animation pour enfants à Paris et sa région, ce qui est peu, et permet à l'entreprise de se développer en toute sérénité. Mais c'est un marché tout de même concurrentiel, où la concurrence se fait par les prix, tout en permettant aux entreprises de s'insérer sur ce marché avec de nouveaux concepts et de nouvelles idées. Le champ des possibles est alors très large et laisse une grande palette de choix de stratégies, d'activités, et de

métiers. *Kidiboum* peut donc se recentrer sur son cœur de métier ou se diversifier, en procédant à des changements d'offre ou d'activité : ajouter des thèmes à ses animations, créer des animations innovantes, s'étendre en grande agence d'évènementiel etc. Par cette concurrence minime, chaque changement opéré chez *Kidiboum* est remarqué, apportant de nouveaux clients chaque jour.

### **2 .1.2 Les menaces sont liées à la croissance du marché**

Nous pouvons considérer que le secteur de l'évènementiel est en croissance car de plus en plus d'entreprises se développent, et entrent sur ce marché. En effet, ce marché est peuplé d'une quinzaine d'entreprises en Ile-de-France, mais ce chiffre ne fait qu'augmenter, car le domaine de l'animation ne nécessite pas la possession d'un grand nombre de diplômes, hormis ceux spécialisés pour l'animation tels que le Brevet d'Aptitude aux Fonctions d'Animateurs (BAFA). Ce marché est donc accessible à beaucoup de personnes souhaitant travailler dans l'animation pour enfants. De nouvelles agences se sont en effet implantées telles que *Que La Fête Commence* en 2010, ou encore *Jolis Moments* en 2012. Ce marché est également accessible pour les personnes en situation de chômage, car cela ne nécessite pas la pratique de longues études. Ainsi, il est fortement possible qu'une forte concurrence s'installe sur le secteur de l'évènementiel dans l'animation pour enfants, et mette à l'épreuve les avantages concurrentiels de *Kidiboum*.

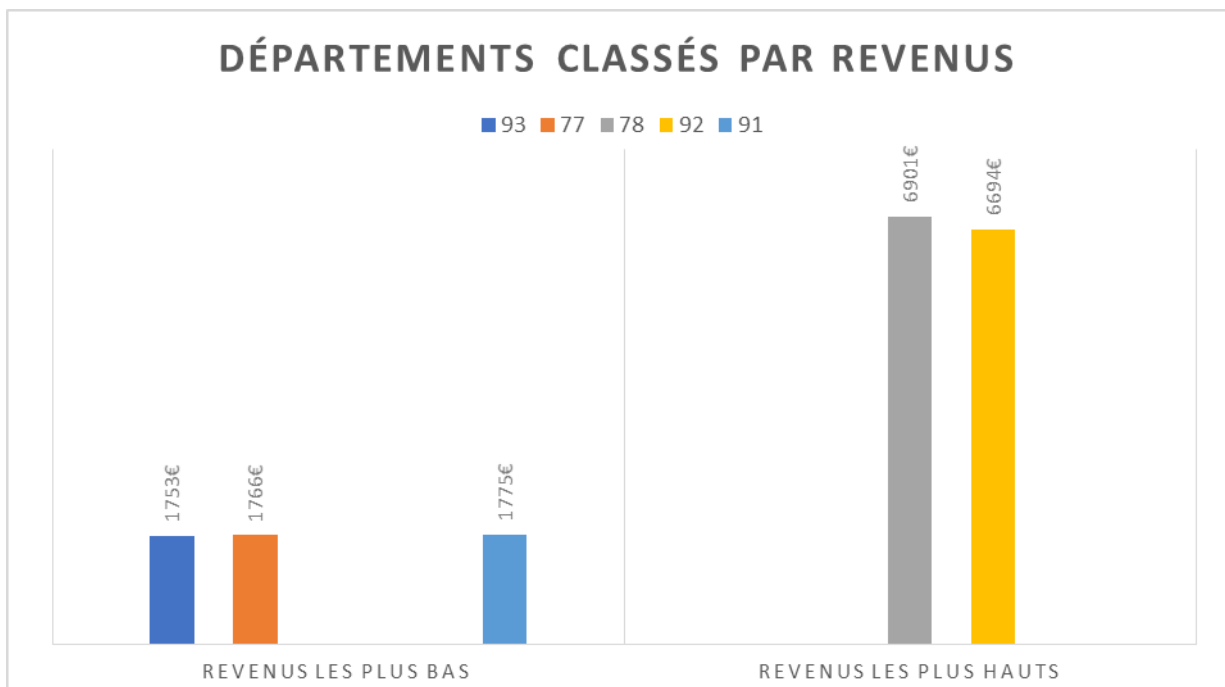
## 2.2 Une analyse PESTEL permet de connaître l'environnement et son impact sur l'entreprise

L'analyse PESTEL comprend le contexte environnemental et politique, que nous ne considérons pas utile de citer, puisqu'au vu de la jeunesse de *Kidiboum*, ces deux points ne l'impactent pas encore.

### Economique

Il est essentiel de regarder le niveau de revenu des ménages pour déterminer une stratégie.

Niveau de revenu moyen par ménage en Ile de France :



Le comportement des ménages joue un rôle majeur pour *Kidiboum*. En effet, avec un revenu plus important, la propension à consommer des ménages est plus grande. Faire appel à *Kidiboum* leur permet de gagner du temps et ne pas rencontrer de difficultés dans l'organisation de la fête de leurs enfants. C'est donc le service que *Kidiboum* rend aux ménages en manque de temps. D'après notre graphique, il est évident que l'activité de l'entreprise est moins attractive dans les départements du 93 (notamment Aubervilliers et La Courneuve), 77 (dont Montreuil-Fault-Yonne) et 91 (dont Grigny). Contrairement aux départements du 92 et 78, dans lesquels les revenus sont les plus élevés, comme les villes telles que Herbeville et Saint-Nom-la-Bretèche.



## **Social**

L'année 2014 est marquée par l'importance des naissances en Ile-de-France : 182 700 enfants, soit + 1,4 % par rapport à 2013 en Ile-de-France. L'Ile de France contribue à près d'un quart des naissances du pays (23,4 %), soit plus que son poids en termes de population. Ce qui signifie qu'aujourd'hui, les parents de ces enfants sont susceptibles de faire appel à une agence pour organiser l'anniversaire, ou une fête pour leur(s) enfant(s). En revanche, il y a des disparités de fécondité entre les départements qui reflètent les choix résidentiels des ménages. Or, à Paris, les naissances sont en baisse depuis 2010. Mais il est important de retenir que *Kidiboum* s'adresse autant aux enfants nés en 2015 que ceux nés en 2010 et aux banlieues dont la fécondité est la plus importante (la Seine Saint Denis). Le nouveau taux de fécondité de 1,93 annoncé ce Mardi 17 Janvier, n'a pour l'instant aucun impact sur la société, mais elle risque d'en être impactée dans les trois années à venir.

## **Technologique**

Les agences d'évènementiel sont aujourd'hui réduites à leur site internet qui représente le plus souvent leur vitrine. Il faut donc suivre les avancées technologiques pour ne pas avoir un site internet obsolète, ne répondant pas aux exigences de la clientèle. D'autant plus qu'internet est majoritairement le seul moyen de communication de *Kidiboum*, hormis les flyers et les affiches. Son site internet est une nouvelle manière de communiquer avec sa cible, d'où l'importance de maîtriser internet.

## **Légal**

*Kidiboum*, de par son site internet et ses photos présentes dessus, doit tenir compte des législations liées au droit à l'image. Pour cela, il faut une autorisation parentale, sinon aucune publication de photos n'est possible, sous peine d'une déposition de plainte de la part de parents.

## **3. Des missions qui répondent aux besoins de l'entreprise**

Les besoins de l'entreprise sont nombreux étant donné sa jeunesse. Elle manque, comme toute jeune entreprise, de notoriété et de visibilité. Elle doit également connaître son marché et elle cherche la meilleure façon d'embaucher ses animateurs. Pour cela, nous avons trois grandes missions qui englobent plusieurs tâches pour les mener à bien. Ces trois grandes missions commencent par une étude de marché, dans un même temps la promotion de l'entreprise et enfin une veille juridique.

## 3.1 Une étude de marché au plus près de la réalité

Lors du lancement de son activité, une étude de marché n'a pas été réellement effectuée. Il est donc primordial qu'une étude de marché soit faite afin de mieux cibler sa clientèle et de se positionner sur son marché. L'entreprise étant jeune et en plein développement, une étude de marché est une première étape à l'aide et l'accompagnement de sa croissance. Une étude de marché se compose d'une part d'une analyse détaillée de l'offre et d'autre part une analyse détaillée de la demande. Dans cette étude de marché, plusieurs missions sont programmées. Tout d'abord, nous avons effectué l'analyse de l'offre de la concurrence afin que *Kidiboum* s'aligne sur les prix de ses concurrents et leurs prestations de service tâche pour laquelle nous consacrerons le plus de temps dans cette mission, est la simulation de gestion qui nous permettra de déterminer un chiffre d'affaires prévisionnel accompagné de ses charges fixes et charges variables, afin d'appréhender la demande et les possibles investissements qui seront nécessaires pour les années à venir. Ces deux tâches terminées, nous établirons des outils de gestion permettant à la dirigeante d'établir une journée type et de gagner du temps.

### 3.1.1. Comment réaliser cette étude de marché ?

Pour réaliser notre étude de marché nous allons la diviser selon la cible de clientèle visée : les particuliers et les professionnels. Pour étudier l'offre, nous allons dans un premier temps observer le comportement de ses concurrents sur le marché en termes de prix, d'offre de prestations, de stratégie de communication pour en tirer des conclusions sur leur politique commerciale et leur stratégie. Nous avons déjà amorcé cette étape, notamment en nous rendant sur les pages web des entreprises présentes sur le marché de l'organisation et animation de fêtes pour enfants en Ile-De-France. De plus, nous sommes parvenus à rencontrer l'un des concurrents de *Kidiboum*, l'entreprise *A La Ribambelle* qui est l'une des plus anciennes sur le marché, afin de comprendre son mode de fonctionnement ainsi que les caractéristiques du marché.

Nous allons également procéder à l'analyse détaillée de son offre en fonction des animations et des caractéristiques de celles-ci. Par exemple pour les anniversaires nous les segmenterons par tranche d'âge et par thème.

Dans un deuxième temps, nous analyserons la demande des particuliers et des professionnels grâce à la clientèle qui a déjà fait appel aux services de *Kidiboum*. Nous définirons des profils types de sa clientèle en ce qui concerne : le lieu d'habitation pour préciser la zone de chalandise, un panier moyen pour un client/une entreprise, le choix de la prestation pour définir celles qui sont le plus demandées ou non ; et peut-être lui proposer par la suite de réduire son offre pour éviter que cela lui engendre plus de coûts que de bénéfices. Pour déterminer les profils types nous essayerons d'obtenir des entretiens avec des personnes en contact avec les enfants comme des enseignants ou des animateurs dans les associations pour savoir quelles activités attirent les enfants et quels thèmes ils préféreraient. Nous aimerions avoir un entretien avec un responsable de chez *McDonalds* pour faire un état des lieux des anniversaires chez eux (en croissance ou décroissance) et se renseigner sur la tranche d'âge des enfants qui fêtent leur anniversaire ainsi que les activités qu'ils leur proposent. Faire une étude de la demande, c'est savoir où se trouvent

géographiquement les enfants et où les revenus des parents sont les plus élevés, avec ce croisement nous pourrions conseiller la dirigeante pour qu'elle cible sa communication et son offre. Pour étudier la demande chez les professionnels nous souhaitons prendre contact avec différents Comités d'entreprises de différents secteurs d'activité et qui appartiennent à des tailles d'entreprises différentes pour que cela soit plus représentatif du marché. D'ores et déjà, nous savons que certaines prestations ne rencontrent pas beaucoup de succès et l'analyse de ce qui se fait sur le marché nous permettra de lui proposer des solutions pour l'aider à se développer dans sa globalité puis plus en détail sur certaines activités.

Dans un troisième temps nous ferons une simulation de gestion qui a pour but de déterminer un chiffre d'affaires provisionnel sur 2 ans. Pour être au plus proche de la réalité nous utiliserons les charges réelles de l'entreprise qui nous ont été communiquées ainsi que son chiffre d'affaires de cette première année. Cette simulation de gestion sera faite sous différentes hypothèses en fonction des différents statuts juridiques que nous envisageons, ce qui nous permettra de tirer des conclusions sur le statut le plus avantageux pour *Kidiboum*, ce qui rejoint notre troisième mission.

## 3.2 La promotion de l'entreprise devient nécessaire

Faire la promotion de l'entreprise est primordial pour attirer plus de clientèle et lui permettre d'accroître son activité. En effet, ses moyens de communication sont pour l'instant son site internet, des supports papier et le bouche à oreille. Notre mission est donc divisée en plusieurs sous-tâches. Les prestations adressées aux professionnels sont les plus rentables et rapportent plus d'argent à l'entreprise. La gérante souhaite donc multiplier ce genre de prestations par la recherche de partenariats et le démarchage téléphonique. Nous avons commencé par distribuer des flyers à des petits commerçants lors de notre journée de stage du vendredi 10 Mars. Avant cela nous avons rédigé un « discours type » pour nous adresser aux professionnels (Comité d'Entreprises, associations etc.), qui est en cours de correction par notre tutrice de stage, et qui permettra à *Kidiboum* de fournir des prestations de service plus nombreuses pour les professionnels et donc rentabiliser plus rapidement son activité

### 3.2.1. Comment promouvoir *Kidiboum* ?

Comme énoncé précédemment, les besoins de notoriété et de visibilité de *Kidiboum* sont des enjeux importants pour le développement de son activité. Le fait que nous y consacrons peu de temps s'explique par le fait que nous avons déjà effectué des tâches préparatoires durant nos journées de stage en entreprise avec la rédaction d'un discours téléphonique et d'un mail type à envoyer aux entreprises. La prospection par appel et mail s'effectuera sur trois journées : elles ont pour but d'informer les entreprises de l'existence de *Kidiboum* et de leur exposer le panel de prestations qu'elle propose. De plus, nous visons lors de ces trois journées à développer des partenariats avec des entreprises telles que des restaurants. Une autre journée sera consacrée à la distribution de flyers dans les petits commerces et dans les associations où les enfants sont susceptibles de se trouver (associations sportives et culturelles). Pour alimenter la page Facebook et le site internet de *Kidiboum* nous avons proposé à la dirigeante de filmer une

animation et de faire un montage vidéo avec différents témoignages (enfants, parents, animateurs). Nous comptabilisons une journée pour cette activité, cependant nous sommes conscients que ce ne sera peut-être pas mis en place si nous n'obtenons pas l'autorisation de droit d'image de tous les parents des enfants présents à l'animation.

### 3.3 Une veille juridique qui anticipe ses barrières au développement

Notre veille juridique se divise en deux sous tâches, dont la première est l'analyse de différents statuts juridiques et la deuxième est la recherche des types de contrats d'embauche des animateurs. La première sous-tâche doit se faire dans l'optique d'un changement possible de statut lors de l'atteinte du chiffre d'affaires plafond au régime d'auto-entrepreneur. La dirigeante souhaite en effet un développement rapide de son entreprise mais ne veut pas pour autant multiplier ses charges liées au changement de statut. La dirigeante souhaite également faire appel à ses animateurs à moindre coûts. Nous devons donc revoir précisément par quels moyens elle peut embaucher ses animateurs, qu'elle recrute aujourd'hui sur *Le bon coin* ou encore *Planet Anim* qui exercent l'activité d'animateur sous le régime d'auto-entrepreneur.

#### 3.3.1. Comment réaliser cette veille juridique ?

Afin de conseiller au mieux notre dirigeante quant au statut juridique à adopter, nous étudierons avec précision notre entreprise d'accueil (chiffre d'affaires, perspectives d'évolutions...). Nous comparerons le statut juridique des entreprises concurrentes présentes sur le marché de manière à en déduire les avantages de ces statuts. Aussi, nous utiliserons nos cours de droit des affaires de première année ainsi que des livres spécialisés afin de comparer les différents statuts juridiques, leurs avantages et leurs inconvénients de manière à proposer à notre dirigeante un statut adapté à l'activité de *Kidiboum* et à ses perspectives de développement. Il faut également que ce statut soit en accord avec la volonté de la dirigeante, à savoir si elle souhaite continuer d'être dirigeante ou salariée de son entreprise. Nous porterons une attention particulière aux intérêts et aux limites de l'auto-entrepreneuriat notamment vis-à-vis de la déductibilité de la TVA dans la mesure où notre entreprise n'a pas encore atteint son chiffre d'affaires plafond.

Dans un deuxième temps, nous nous intéresserons aux contrats d'embauche des animateurs. Pour cela nous analyserons également la concurrence de manière à connaître les différentes formes de contrats sous lesquels les animateurs peuvent être embauchés. Dans le même temps, nous nous renseignerons à l'aide de nos cours de droit du travail de deuxième année de manière à prendre en compte ce qui peut se faire ou non. Nous consulterons également des revues et des sites spécialisés afin d'apporter une réponse adaptée à notre dirigeante en accord avec la politique de recrutement de *Kidiboum*.

La simulation de gestion confirmera le ou les statut(s) que nous recommanderons à la dirigeante : il faut que le statut que nous lui proposerons soit viable pour *Kidiboum* et que les charges et autres obligations n'empêchent pas son développement.

## **Conclusion**

Les missions que nous réaliserons durant notre stage aideront la dirigeante de Kidiboum dans le développement et la croissance de son entreprise sur le long terme. Elles permettent de prendre du recul sur l'entreprise et sur son marché, et de conseiller l'entreprise sur des aspects marketing ou juridique. Pour se développer sereinement, notre dirigeante doit en effet connaître parfaitement les différents composants du marché dans lequel Kidiboum évolue ainsi que les aspects juridiques. Nous aiderons notre dirigeante à gagner en organisation dans la gestion de son entreprise de manière à ce qu'elle puisse se concentrer pleinement sur le développement de Kidiboum.

## Annexes

### Fiche d'identité de *Kidiboum*

Nom : Kidiboum

Date de création : Avril 2016

Statut : Autoentrepreneur

Nom de la dirigeante : Fadela BENAMRANE








































Implantation : Paris XVI

Secteur d'activité : L'évènementiel dans l'organisation et l'animation de fêtes pour enfants

Cibles de client : Particuliers et professionnels

Zone de chalandise : Ile de France

### Planning prévisionnel de nos sept semaines

		Plan ...	Nom de tâche	Durée	Début	Fin
1			<b>Echéancier stage</b>	<b>51 jours?</b>	<b>10/03/2017</b>	<b>19/05/2017</b>
2			Distribution/pose de flyers et affiches	1 jour?	10/03/2017	10/03/2017
3			Questionnaire de satisfaction	1 jour?	10/03/2017	10/03/2017
4			Réalisation d'un mail type	1 jour?	10/03/2017	10/03/2017
5			<input type="checkbox"/> <b>Promotion de l'entreprise</b>	<b>35 jours?</b>	<b>03/04/2017</b>	<b>19/05/2017</b>
6			Appel et RDV des entreprises	3 jours	03/04/2017	05/04/2017
7			Distribution/pose flyers et affiches	1 jour?	04/04/2017	04/04/2017
8			<input type="checkbox"/> <b>Veille juridique</b>	<b>33 jours?</b>	<b>05/04/2017</b>	<b>19/05/2017</b>
9			Recherche équipe animation	7 jours	05/04/2017	13/04/2017
10			Recherche statut juridique	6 jours	05/04/2017	12/04/2017
11			<input type="checkbox"/> <b>Etude de marché</b>	<b>27 jours?</b>	<b>13/04/2017</b>	<b>19/05/2017</b>
12			Renseignement	2 jours	13/04/2017	14/04/2017
13			Concurrence	5 jours	17/04/2017	21/04/2017
14			Entretiens avec les CE	3 jours	24/04/2017	26/04/2017
15			Etablir un profil type de client	1 jour?	27/04/2017	27/04/2017
16			Aller à la rencontre de personnes en contact avec les enfants	3 jours	28/04/2017	02/05/2017
17			Simulation de gestion	6 jours	03/05/2017	10/05/2017
18			<input type="checkbox"/> <b>Journée rencontre pilote</b>	<b>1 jour?</b>	<b>25/04/2017</b>	<b>25/04/2017</b>
19			Rencontre professeur pilote	1 jour?	25/04/2017	25/04/2017
20			<input type="checkbox"/> <b>Aide à la gestion</b>	<b>7 jours?</b>	<b>11/05/2017</b>	<b>19/05/2017</b>
21			Participation aux animations	1 jour?	11/05/2017	11/05/2017
22			Proposition d'outils de gestion	6 jours	12/05/2017	19/05/2017